DIGITAL EDITION

Giugno 2019 · anno XXXIII · n. 270

Italia a Tavola

Nutrifree
Il senza glutine
scelto dai cuochi italiani





RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · AGRITURISMI · ENOTECHE


CINDY CRAWFORD
www.sanbenedetto.it
SAN BENEDETTO
Premium Water
FRIZZANTE
ANTICA FONTE DELLA SALUTE
SAN BENEDETTO
Premium Water
NATURALE
ANTICA FONTE DELLA SALUTE

il direttore

Alberto Lupini



Vino e millennials: attenzione, ci sono anche i perennials

Cosa bevono e come si accostano al vino i giovani? La domanda, non banale, se la stanno ponendo un po' tutti i produttori. Internet si è portata con sé un'accelerazione a tutti i livelli che, secondo molti, sta avendo effetti ancora poco chiari sui consumi. E più è ampio il mercato di riferimento, più è importante sapere cosa succede anche fuori dal nostro Paese. È ciò che ha spinto ad esempio il Consorzio dei vini abruzzesi ad affrontare con un convegno il rapporto vino/millennials (i giovani nati tra il 1981 e il 1996).

Numeri e statistiche non sempre riescono però a dare risposte precise all'interrogativo che interessa maggiormente a produttori e gestori di esercizi pubblici: come entrare in sintonia con questa importante fascia di consumatori (un terzo del mercato per numeri e capacità di reddito)? Questa generazione passa tante ore sui social e tende più a seguire il passaparola sulla rete che non a leggere carta stampata. Come diciamo da anni, oggi si devono abbandonare gli stereotipi a cui qualche generazione si è incollata con descrizioni fantasiose e per addetti ai lavori. Per fare capire e apprezzare un vino, meglio raccontare un'azienda, fare ricercare emozioni e sensazioni. Internet può essere uno strumento utile. Basta saperlo utilizzare.

Pensare di rinunciare a fare comunicazione tecnica per puntare sulla mediazione di nuove figure, come gli influencer, potrebbe anche essere una strada perseguibile, se ci fossero persone preparate per questo ruolo. Purtroppo non è sempre così. Ma, forse, ancora più pericolosa è la scelta di pensare che sia davvero possibile fare strategie nel mondo del vino puntando sul concetto di millennials, che in realtà è un termine che rappresenta soggetti molto diversi. Più che sui dati anagrafici sarebbe forse più utile fare un passo in più e porsi il problema di diffondere la cultura del vino usando tutti i mezzi esistenti (ma gestiti da persone preparate) senza dimenticarsi che in realtà ci sono anche i "perennials". La tecnologia ha infatti cambiato gli stili di vita e allungato la prospettiva di vita. Le grandi compagnie del web non dividono i consumatori per classi di età, ma per gusti e acquisti. Netflix e Amazon non suggeriscono film o beni sulla base dell'età, ma per ciò che interessa.

Francamente anche per il vino definire classi di età per vendere ci sembra sbagliato: valori e passioni comuni potrebbero essere gli obiettivi su cui costruire nuovi modi di comunicare rivolgendosi a tutti. Anche perché dopo i millennials arriveranno altre generazioni...

Fare strategie nel mondo del vino puntando sull'idea di millennials non è la strada giusta. Le tipologie di consumatori sono tante e diversificate, non si può ragionare basandosi solo sull'età



Per i tuoi commenti cerca il codice 61200 su www.italiaatavola.net

In copertina



Cresce il fenomeno delle intolleranze nel fuori casa. Nutrifree, premium partner della Federazione italiana cuochi in esclusiva per il senza glutine, propone la sua formula fatta di gusto, praticità e servizio

Sommario

IaT

Diffusione media mensile: 65.000 COPIE (STAMPA) 285.000 COPIE (DIGITALE)

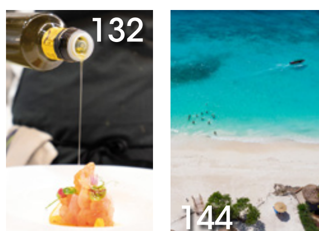

18


28 34


38


72 104


116


132 144


146

Cerca gli approfondimenti su www.italiaatavola.net

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Tutela del Made in Italy
Regole e pene più severe

Chi non ricorda l'affascinante favola di Cenerentola? La storia fa spesso riferimento a quelle situazioni di vita reale dove emergono differenze tra l'essere figlio o figliastro; ciò non si esprime solo in termini di "status", ma si spiega misurando soprattutto quanto si riceve. Questo parametro di considerazione è applicato anche in situazioni di politica europea, specie in quelle situazioni di convivenza economica tra gli Stati membri.

Recentemente l'Unione europea è scesa in campo contro i "falsi" nel settore agroalimentare, dove il suo diritto, in termini commerciali, vieta l'uso di segni figurativi, anche paesaggistici, che fanno riferimento all'origine di un prodotto alimentare Dop, ciò può costituire un'illegale evocazione del marchio a discapito di altri aventi i titoli. Tutto è scaturito dal ricorso presentato dai produttori di Dop contro una società spagnola che commercializza formaggi (non Dop) utilizzando etichette che raffiguravano disegni e simboli molto simili al marchio dell'ente che gestisce e protegge la Denominazione di origine.

Si tratta certo di un importante ed efficace passo normativo in avanti, ma lascia un inequivocabile amaro in bocca a noi italiani. Agli amici produttori spagnoli è bastato sollevare il problema e presentare una denuncia alla Corte di giustizia europea affinché l'Ue subito si attivasse per una sentenza storica. Ciò mi fa pensare a noi italiani come Cenerentole, dove nella favola ci sono panni e piatti da lavare, mentre per il nostro comparto miliardi e miliardi "svaniti" per incanto, come la carrozza a mezzanotte.

L'agroalimentare italiano è un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo e spesso, come tale, è oggetto purtroppo di truffe o illegalità alle quali è ora di dire basta



Per quanto se ne parli e si dibatta, anche ad alti livelli politici, il problema rimane sempre ed aumenta a nostro discapito: l'imitazione, la contraffazione e le etichettature evocative non conformi di prodotti italiani fa perdere 60 miliardi di euro all'anno (dati: Confagricoltori). È quindi fondamentale e urgente una strategia seria ed efficace finalizzata alla tutela legale del Made in Italy, dei marchi, dei processi produttivi delle aziende agroalimentari italiane. La Federazione italiana cuochi mette in campo i suoi professionisti, primi a bandire dalle proprie cucine merci e prodotti non conformi e di provenienza illegale, ma ciò non basta per sanare l'intero mercato fraudolento. Le leggi ci sono, sia italiane che europee, forse troppe a mio avviso, ma che necessitano di essere supportate da controlli seri ed efficaci e soprattutto continuativi, affinché le nostre produzioni possano avere, sempre, il lieto fine, come nella favola di Cenerentola.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61189 su www.italiaatavola.net

AGUGIARO & FIGNA
Storie di farina
Sostenitore Ufficiale Slow Food® Italia

#EXPRESSYOURSELF

MILANO, ORE 23:00

Ogni pizzaiolo ha una storia da raccontare che svela attraverso le sue ricette.



Come Mario, che ha fatto della creatività la sua cifra stilistica. Lui che ama sperimentare, ha scelto di mescolare la classica 00 con la Macinata a Pietra di Le 5 Stagioni. Il risultato? Ricco, intenso e autentico come la sua personalità.

le5stagioni.it
curtarolo@agugiarofigna.com · +39 049 9624611



LA PASSIONE PER LA PIZZA



Enrico Derflingher
Presidente Euro-Toques International e Italia



Italian sounding e plastica nei mari
Euro-Toques dice basta



Essere cuochi non significa solo avere talento tra i fornelli, realizzando piatti equilibrati, originali e di gusto. Per noi di Euro-Toques è molto di più. Certo valorizzare le tradizioni, promuovere i prodotti del territorio, mettere la nostra cucina a disposizione di iniziative solidali e fare cultura alimentare tra le nuove generazioni. Accanto a questi meriti, la nostra associazione è in prima linea anche nel sostenere il Made in Italy e nel salvaguardare l'ambiente.

Entrambe queste direttive che ogni giorno accompagnano la nostra filosofia si concretizzano oggi in due campagne che Euro-Toques Italia insieme a tutte le altre delegazioni europee hanno voluto ardentemente.

La prima è #StopCiboAnonimo, campagna per cui Coldiretti ha lottato in Italia e che Euro-Toques ha portato in sede di discussione in Europa: i cittadini hanno diritto di essere tanto protetti quanto informati sul cibo che scelgono di acquistare o mangiare. Ecco perché è fondamentale che la tracciabilità degli alimenti sia sempre indicata chiaramente, perché ci sia sicurezza, ci sia qualità e, come la filosofia dell'associazione insegna, sia attribuito il giusto valore a quei piccoli e grandi produttori che si contraddistinguono nel nostro Paese.

Una campagna che aiuta allo stesso tempo a rallentare quel fenomeno così esteso quale è l'italian sounding, che ha già raggiunto i 100 miliardi di euro.

Sensibilizzare è importante, ma per Euro-Toques non è sufficiente farlo sul prodotto finale, è anzi necessario cominciare dal "punto di partenza". Ecco il perché della campagna #LessPlasticIsMoreLife. Decisamente attuale la notizia secondo la quale dal 2021 la plastica monouso sarà messa al bando in tutta l'Ue. Euro-Toques in questa scelta ha fatto la sua parte, perché anche in cucina questo problema non è irrilevante. Capita spesso infatti che la plastica arrivi in mare, tra contenitori monouso, posate e bicchieri, tutti prodotti che oltre a danneggiare il pianeta, si ritrovano poi nei pesci che una volta pescati vengono cucinati da noi cuochi.

Due ideologie, due campagne, un mondo migliore: Euro-Toques ci crede tanto da essere in prima linea nella lotta contro il falso Made in Italy e il problema della plastica monouso

Siamo fieri come associazione di aver contribuito al successo che queste due campagne stanno ottenendo. Una vittoria per me, per la mia squadra e per tutti coloro che tifano per una cucina sana e un ambiente non contaminato.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61310 su www.italiaatavola.net

Il caffè non è un dettaglio. Parola di chef.

Rosanna Marziale
Ristorante Colonne Marziale,
Caserta



Non lasciare che un'esperienza sensoriale sia compromessa da un caffè qualunque.

Nel tuo ristorante, offri solo l'eccellente qualità di caffè Xelecto.

- Un menu ricco di caffè e golosità.
- Vasta scelta tra caffè mono-origine e caffè aromatizzati (cioccolato-arancia, nocciolato, pan di zenzero).
- Mantiene l'aroma originario intatto.
- Una sola macchina, anche per orzo e ginseng.
- Servizio rapido e pulito.
- Massima efficienza energetica.
- Nessuno spreco.
- Manutenzione minima.

Xelecto®
Il tuo desiderio espresso

www.xelecto.it Info line numero verde 800 013 855

Xelecto è un marchio Caffè Molinari®

NYS

Marco Reitano

Presidente Noi di Sala

L'obbligo di fare squadra



Vi siete mai chiesti il significato letterale della parola "squadra"? Beh, le definizioni, tra vocabolari e web sono molte ma due, ben distinte, hanno attratto in particolar modo la mia attenzione

"Gruppo organico di lavoratori destinato a svolgere unitariamente una particolare attività o mansione" e "Formazione organica che prende parte, come insieme unitario, a competizioni collettive". Ebbene sì, la squadra intesa come tale, unisce persone con competenze simili in un determinato ambito sociale o lavorativo, ed è esattamente quello che accade ogni giorno nel campo della ristorazione.

Se consideriamo la prima definizione enunciata, va subito menzionato che tenere un team unito e ben saldo giorno per giorno non è di certo cosa semplice. Nella ristorazione ci sono cuochi, camerieri, sommeliers, tutti facenti parte di un'unica squadra, non di tre. Mi chiedo però, quanto sia vera questa affermazione. Quante volte capita che ci preoccupiamo dei nostri "colleghi"? Abbiamo veramente una squadra forte? Facciamo parte della stessa squadra e anche se con mansioni diverse abbiamo tutti lo stesso obiettivo: far star bene il cliente.

La seconda definizione di "squadra" dovrebbe invece portarci a considerare il "vicino di casa" non come un nemico, bensì come un sano competitor da cui è possibile trarre spunti, innovazione, cambiamento e trasformazione. Siamo ahimè ancora troppo poco abituati ad avere una visione collettiva. Molti hanno ancora una lunga strada da fare; da altri invece c'è solo da imparare per proseguire dritti per la propria di strada.

Concludendo vorrei quindi attirare la vostra attenzione su come siano cambiati i tempi, e c'è bisogno di un chiaro cambio di passo anche nella ristorazione. La "squadra" è una certezza, va rafforzata proprio prendendo spunto dalla sua definizione letterale. Avere dei "para occhi" oggi non è più consentito, limiterà solamente la vostra produttività.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti cerca il codice 61220 su www.italiaatavola.net

Sorgente

ANGELICA

NOCERA UMBRA

ACQUA MINERALE NATURALE
SORGENTE ANGELICA

Naturale
Leggermente Frizzante
Frizzante

L'acqua Oligominerale Naturale Sorgente **Angelica**® è caratterizzata da un equilibrato contenuto di sali minerali ideale per una **corretta alimentazione.** Sgorga microbiologicamente pura ad una altitudine di **605** m in ambiente incontaminato fra i verdi monti Umbri a confine del **"Parco Naturale di Colfiorito"**.





1 L



0,75 L

SERVIZIO CLIENTI: tel **0742 831 811**



grupposem.it

Valerio Beltrami

Presidente Amira

Leonardo precursore dei maitre Sua l'invenzione del tovagliolo

Dalla scienza alla pittura fino alla gastronomia e molto altro ancora. Oltre a ricordarlo per "L'ultima cena", "La Gioconda", per l'invenzione del rudimentale elicottero, il paracadute, una macchina da guerra poi chiamata carrarmato e molto altro ancora, pochi sanno che è stato lui a inventare e creare un articolo che tutti i giorni compare sulle tavole di tutto il mondo: il tovagliolo.



Ebbene sì, Leonardo era alle dipendenze della famiglia Sforza di Milano (Ludovico il Moro) oltre a occuparsi di mille cose, era il gran maestro cerimoniere di questa importante famiglia milanese, praticamente il predecessore dei maitre d'hotel di oggi.

Fu lui che ebbe l'idea di mettere a tavola durante i banchetti il Tovagliolo (chiaramente di forma ben diversa da quella contemporanea, praticamente era come uno strofinaccio) per potersi pulire le mani durante i banchetti.

In quel tempo si usava legare alle gambe del tavolo o delle sedie, legati con catene o cinte, i conigli questo affinché gli invitati potessero pulirsi sfregando sul dorso degli animali le mani sporche e impregnate di grasso non esistendo a quel tempo le posate.

Leonardo da Vinci, è stato celebrato il 2 maggio per i 500 anni dalla sua morte. Lo scienziato, artista più geniale che sia esistito sulla terra, si è cimentato su mille argomenti e invenzioni

In quel primo banchetto e in molti altri quell'invenzione non fu ben capita e compresa dagli ospiti, difatti all'inizio fu usata per soffiarsi il naso, asciugarsi il sudore, sedersi sopra. Non si sa quando si iniziò a utilizzare il tovagliolo per il suo scopo, sta di fatto che oggi grazie all'idea del gande Leonardo il tovagliolo lo troviamo in tutto il mondo.

In sala da pranzo viene anche utilizzato come tovagliolo di servizio dai camerieri, va ricordato che va manipolato il meno possibile questo per una questione igienica.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61191 su www.italiaatavola.net



THE WINE COLLECTION

Edizioni speciali ed Annate Storiche nate per condividere
la nostra passione ed i nostri vini più longevi.

KELLEREI ST. MICHAEL-EPPAN CANTINA

ALTO ADIGE | ITALIA | SÜDTIROL

stmichael.it

lifecircus.it

Ezio Indiani
Presidente European Hotel Managers Association



Valori ed etica
Le fondamenta di un'azienda

Troppo spesso si dichiarano concetti e principi che poi per primi non si implementano o si implementano a piacere. Tra i valori spesso enunciati in azienda appaiono come "qualità è il valore n°1" oppure "i nostri clienti hanno sempre ragione" oppure "il personale è il valore più grande della nostra compagnia" oppure "rispetto". Valori ed etica debbono essere la nostra guida nel prendere decisioni, l'ideale è una azienda che offre ai suoi dipendenti le stesse opportunità in termini di assunzioni, promozioni, formazione e sviluppo e licenziamenti quando necessari.

È imperativo che ci sia un chiaro coordinamento tra i propositi e le azioni effettivamente messe in atto. Molte, se non tutte, le valutazioni sul nostro operato in termini di valori ed etica arrivano dalle persone che vedono e vivono quello che facciamo. Il personale, che ci ha visto in azione, ci valuterà per la nostra coerenza tra il dire ed il fare. Il personale non rispetta e non segue quei direttori che dicono una cosa e ne fanno un'altra.

In inglese si direbbe "He doesn't walk the talk" e perderebbe la fiducia del suo team. Quando ci si rende conto che non siamo allineati con i nostri valori o etica, la cosa migliore è cercare di capire in quale area stiamo sbagliando e capire che cosa vogliamo fare per migliorare. Una pratica consolidata è quella di scrivere che cosa vogliamo essere, vogliamo essere riconosciuti come un direttore equo con tutti?

Scrivilo su un foglio ed accanto scrivi tutto quello che ritieni un manager dovrebbe fare o non fare per raggiungere quell' obiettivo. Da lì in poi controlla che ogni giorno segui i punti che hai evidenziato come percorso di miglioramento e li applichi con consistenza. I risultati non tarderanno ad arrivare.

Valori ed etica sono i principi che debbono guidare i valori dichiarati e quelli realmente messi in atto in ogni azienda. Spesso si parla bene e si razzola male



Per i tuoi commenti cerca il codice 61190 su www.italiaatavola.net



THE ART OF THE WILD





FUORIMENU

Tim Butler
Lo chef giramondo

«Ogni viaggio mi lascia qualcosa»

Tim Butler guida uno dei migliori ristoranti asiatici, l'Eat Me di Bangkok, per anni nella 50 Best Restaurants, e da alcuni anni, all'interno dell'Iniala Beach House di Phuket, ha aperto l'Esenzi Restaurant. La sua è una cucina che esalta profumi e aromi e che lascia l'ingrediente principale protagonista del piatto

Con Tim Butler non si scherza. Lui che nasce a Portland prima di decidere di lasciare l'America per andare dall'altra parte del mondo. Lui che nasce pasticcere prima di diventare cuoco di una ristorazione che vuole stare fuori da ogni schema e provocare come solo lui sa fare. Lo avrei dovuto intuire leggendo anche solo i nomi dei piatti realizzati nella cena a quattro mani che si è svolta a Torino nelle cucine di Edit, dove ha preso dimora nei mesi scorsi un irriverente Matteo Monti. Nell'ordine ha servito ostrica (palma, chili e lemongrass), budino di ricci di mare (amaranto, vongole, caviale), guance di rana pescatrice e cervella di vitello (risoni, curry giallo, kaffir lime), quaglia affumicata (chili fermentato, animelle, basilico), melanzana (caramello salato, cioccolato, nocciola). È stato come avere di fronte Muhammad Ali, finire al tappeto sapendo di aver avuto un immenso onore ad essere lì di fronte a lui. Avere a che fare con Tim Butler non ti lascia via d'uscita.

Chi è Tim Butler?

Un cuoco, un buongustaio, uno che adora viaggiare, cucinare, vedere cose diverse, conoscere culture diverse. Uno che sente il bisogno di assorbire quanto di buono e bello c'è intorno, e per farlo gira il mondo. E poi sono un padre.

Quando ha capito che quella della cucina sarebbe stata la sua strada?

Ho iniziato vestendo i panni dello chef pasticcere. Mi sono occupato di questo per 10 anni. Parliamo di alta ristorazione. Con il tempo ho capito che non mi bastava più curare solo la parte dei dolci e così ho iniziato a cucinare altro.

È cambiato il suo modo di intendere la creatività?

Sì. Quando uno inizia a cucinare è tutto semplice, si lascia prendere la mano, ma deve provare a non strafare. Ti accorgi di essere sulla strada giusta solo quando inizi a porti delle domande. È così che la cucina si fa alta ristorazione.

Per tutti lei è lo chef giramondo. Qual è il più grosso insegnamento che porta con sé dai suoi viaggi?

Ogni viaggio mi lascia qualcosa addosso. Alcune volte sono sapori, altre delle tecniche o ancora dei concetti o semplicemente nuovi stili di ristorazione. Vale per il modo di condividere il cibo in Cina ma anche per i menu alla carta tipicamente europei. Tutto questo lo porto con me e insieme cresciamo, ci evolviamo, cambia il mio modo di cucinare nei vari contesti, luoghi e situazioni. Si chiama spirito di adattamento.


di Nadia Afragola

Come fa a mixare la sua cultura gastronomica con quella del luogo in cui si trova?

Tendo a cucinare come mi piacerebbe mangiare e questo cambia costantemente anche perché dipende tanto dai luoghi in cui sono stato. Ho vissuto a Bangkok per 13 anni, appartengo a quella città, nonostante io abbia vissuto in diversi posti durante la mia vita. Ho vissuto tanto in America, ma non mi considero più un americano.

A 14 anni faceva il lavapiatti in un piccolo ristorante italiano. Cosa le è rimasto di quell'esperienza?

Quel posto mi ha fatto innamorare del mondo della cucina. Non aveva nulla di elegante, era casual. Anche se non lo sai, quelli sono gli anni in cui assorbi tutto ciò che ti accade intorno. ➔





Essere un cuoco non era una delle professioni più invidiate all'epoca.

Tutt'altro! Quando ero ragazzo, chef lo diventavi quando nella vita non avevi altre opzioni. Mia sorella era medico, mio padre Ceo di una banca. Continuavano a ripetermi che potevano permettersi di farmi studiare, che sarei potuto andare all'università. Con il tempo hanno capito che era giusto lasciarmi andare... per la mia strada!

Cosa è sostenibile per lei?

Tutto può diventare sostenibile con l'impegno. La pesca è sostenibile, utilizzare materie prime che non arrivano da allevamenti è sostenibile, o scegliere allevamenti ben gestiti, che rispettano ciò che hanno per le mani. È una battaglia non facile quella a favore della sostenibilità, è una strada tutta in salita e serve tanta aria nei polmoni per riuscire ad affrontare quella salita. Non riesco in tal senso ad essere ottimista. Ho provato a proporre una cucina sostenibile in alcune delle strutture nelle quali ho lavorato: alla maggior parte dei miei interlocutori non interessava. Odio dirlo ad alta voce, ma la cucina sostenibile è anche una questione di prezzo.

Faceva il pasticcere negli Usa, poi cosa è successo?

Mi sono trasferito in Thailandia. Erano gli anni in cui iniziava a prendere piede quel movimento della ristorazione indipendente del quale poi si sentì parlare. Mi sono proposto come chef pasticcere ma non ero europeo, avevo 26 anni e per ricoprire quella posizione in cucina avrei dovuto avere, oltre a tanta esperienza, anche un cv decisamente più impressionante del mio. Non potevano affidare un hotel con 500 camere ad un ragazzo. Poi le cose lentamente cambiarono. I lavori che volevo fare non mi era concesso farli ma potevo fare cose che non volevo fare, tipo preparare una cheesecake per 500 persone. Così decisi di usare ciò che per osmosi avevo imparato nelle cucine che avevo frequentato. È così che mi sono avvicinato alla cucina, senza un obiettivo specifico. Non avevo nessun "ego" con il quali fare i conti, ero una lavagna bianca sulla quale tutto doveva ancora essere scritto.

Nel 2009 sbarca a Bangkok. Un approccio genuino al cibo la porta all'ingresso tra i migliori 50 ristoranti asiatici (Asia's 50 Best Restaurants) per 6 anni di seguito. Che tipo di cucina faceva?

Una cucina informale, che non aveva nulla di particolare ma era pur sempre riconosciuta da tutti come alta ristorazione e questo grazie alla scelta di utilizzare i migliori ingredienti che potessimo avere a disposizione.

Come si entra in quella classifica a cui ogni chef ambisce ad arrivare?

Onestamente il primo anno che entrai a far parte della Asia's 50 Best non sapevo neppure cosa fosse. Mandarono qualcuno al ristorante chiedendoci di rispondere alla mail in cui ci convocavano: per sei settimane ignorammo quella comunicazione. E da quel giorno le cose non sono poi cambiate tanto, non abbiamo mai detto al mattino, arrivando in cucina, "dai proviamo ad entrare in quella benedetta classifica". Preferisco fare attenzione a ciò che faccio in cucina, provando ad assecondare i gusti dei miei clienti. Era importante ciò che facevamo, non quali premi avremmo vinto.



Parliamo di cucina thailandese. Quali sono le nuove tendenze?

Ci sono varie scuole di pensiero, almeno a Bangkok. Ci sono i giovani chef, quelli usciti ad esempio dalla mia cucina, penso a Bolan, a Nan. Sono ragazzi che hanno fatto grandi passi verso l'utilizzo di ingredienti locali, scegliendo di sventolare pubblicamente la loro bandiera, quel nazionalismo che a volte è anche un po' estremo.

In Thailandia c'è la cucina birmana, vietnamita, cambogiana, malese. Cosa caratterizza ognuna di queste 4 cucine?

Quella birmana è poco conosciuta, al suo interno ha diverse etnie. Usa meno le spezie se parliamo delle zone di montagna ma tanto le foglie del tè, ci fanno anche delle insalate. È simile alla cucina cinese per quanto riguarda i noodles fermentati. In tutto il Sudest dell'Asia, la cucina è simile e diversa allo stesso tempo.

In che senso?

La Thailandia era una parte della Birmania. Una parte della Thailandia era Laos, e Laos un tempo era parte del Vietnam. La Cambogia era una parte della Thailandia. Sono popoli che si sono molto influenzati tra di loro. Il Sudest dell'Asia si compone di centinaia, se non migliaia, di diverse cucine: thailandese mista con cinese, vietnamita mista con cinese, allo stesso tempo ci sono piatti thailandesi o vietnamiti che sembrano indiani, e poi c'è da considerare la popolazione musulmana. I thailandesi musulmani mangiano dei piatti estremamente diversi dai thailandesi che mangiano il maiale. Ci sono posti come Bali che ha cucine hindi, in cui si mangia il maiale, ma a Giacarta no. L'Asia è un magnifico affresco, tanto bello quanto complicato.



Quattro sapori: aspro, dolce, salato e amaro. Ne scelga uno o due.

Salato e aspro: amo giocare con ciò che rinfresca e riscalda. Il piccante provo sempre ad aggiungerlo. Il sale in Thailandia è un ingrediente importante anche se nella cucina di uno chef thailandese non lo troverete. Ci sarà la salsa di pesce, o il paté di gambero fermentato, la salsa di soia, tutte cose che si utilizzano al posto del sale.

"Esenzi" è la sua prima avventura fuori da Bangkok. Che succede là dentro?

Siamo all'Iniala Beach House resort a Phuket. Ci è servito cambiare aria. Bangkok è una città con tante peculiarità differenti, molto vivaci per quanto riguarda il cibo, ma non bisogna mai fermarsi.

Quanta tecnica c'è nei suoi piatti?

Per noi il prodotto è più importante. Usare tecniche fini a sé stesse per arrivare ad un prodotto che poi non ci interessa non fa per noi. Ecco perché cerchiamo di usare al meglio le materie prime, quelle alle quali non devi applicare troppe tecniche perché siano buone.

Si dice che una buona tecnica possa trasformare un ingrediente non eccellente in una cosa buona. È possibile nascondere i difetti con la tecnica?

Se il modo in cui cucino punta sulla tecnica, usata per nascondere la bassa qualità del prodotto, diciamo che faccio prima a non usare quel prodotto. Non puoi usare trucchi in cucina.

Materie prime: come si scelgono?

Vedo cosa è di stagione, poi cosa è più interessante per la mia cucina. Adesso guardo gli scarti del pesce, quindi niente salmone, tonno, merluzzo, lutianidi. Meglio puntare su un prodotto di nicchia come il pesce Abalone, un prodotto incredibile, facile da allevare, molto sostenibile. Sfortunatamente non si trova in Europa ma in Asia, Australia, California, Stato di Washington.

Il suo ingrediente qual è?

Dipende da dove si trova il ristorante nel quale vado a cucinare. In Esenzi il plancton, il fitoplancton marino, un ingrediente dal gusto pungente. Ha il sapore dell'oceano. All'interno di Eat Me invece direi l'abalone: i suoi scarti nella cucina thailandese di oggi funzionano molto bene.

C'è invece un prodotto che non farebbe mai entrare nella sua cucina?

Alcuni: il tonno, il pesce d'allevamento, il salmone.

Cucina italiana: pregi e difetti.

Interessante osservare, da straniero, l'incrocio tra cucina thailandese e italiana. Ci sono diverse similitudini. Gli italiani amano la pasta e i thailandesi amano i noodles. Entrambi i popoli amano il risotto da un lato e il riso dall'altro, gli scarti del maiale e i frutti di mare. Condividono anche diversi concetti. Anche il nostro basilico è simile al vostro. Per gli italiani mangiare è molto importante, come anche ospitare la gente, condividere piatti. Questi valori sono in comune con la mia gente, ecco perché quando sono in Italia mi sembra di essere a casa.

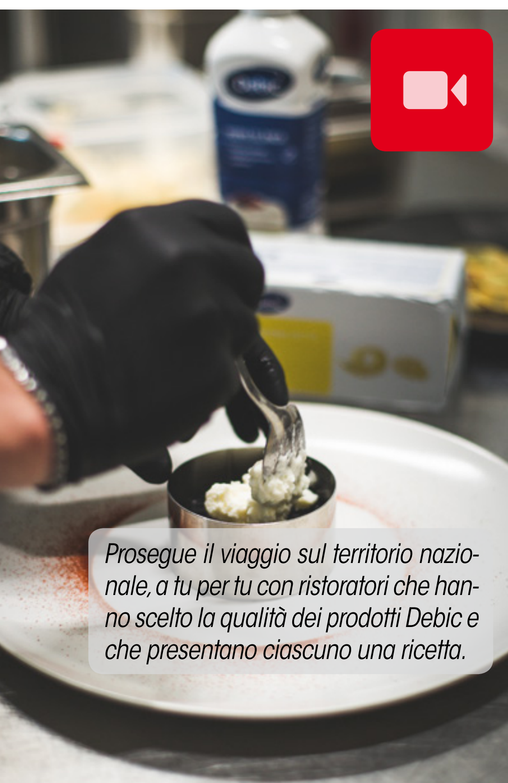
Com'è andata la cena a 4 mani con Matteo Monti?

Lui è fantastico. Molto divertente, oltre che estremamente professionale.

cod 61238

David Azzara e Riccardo Moretti (titolare)

David Azzara
Cucina creativa con materie prime locali



Prosegue il viaggio sul territorio nazionale, a tu per tu con ristoratori che hanno scelto la qualità dei prodotti Debic e che presentano ciascuno una ricetta.

Il menu dell'Habitat Bistrot a San Zenone degli Ezzelini, nel Trevigiano (**www.habitatbistrot.it**), propone un menu che intreccia tradizione e spinta dinamica, utilizzando materie prime locali stagionali esaltate dai prodotti della gamma Debic. «I miei genitori provengono dal sud Italia, con il passare degli anni mi hanno trasmesso l'amore per la cucina mediterranea da interpretare con trasporto e passione. Sono stati fondamentali soprattutto gli insegnamenti della mamma». Chi parla è lo chef **David Azzara**. Il locale propone una gastronomia del territorio che non teme di aprirsi a contaminazioni. Viene valorizzata, interpretata e rivisitata con prodotti tipici locali.

«Cambiamo il menu ogni mese - spiega - proponendo così una varietà ad ampio raggio. Per esempio, si è appena concluso il periodo degli asparagi e dei bruscandoli e stiamo organizzando la cucina per esplorare il mondo gastronomico legato a fragole e fichi. Sarà poi il momento delle castagne e così via, in base a quanto offre la natura lungo il suo percorso temporale. Nell'arco dell'anno gli spunti non mancano mai. Per questo ogni mese ci aggiorniamo e, sviluppando una carta viva, rendiamo partecipi i nostri clienti, coinvolgendoli nel nostro mondo gastronomico».

Le materie prime e la loro combinazione richiedono creatività e fantasia, ma

a monte soprattutto conoscenza e studi approfonditi, che si traducono in competenza professionale. Il menu nasce da qui ed esige, oltre ai prodotti di stagione e del territorio, l'utilizzo di prodotti ad alto contenuto di servizio.

«A tal proposito - aggiunge Azzara - abbiamo deciso di utilizzare le referenze dedicate messe a punto da Debic, una selezione di alta gamma che ci garantisce un risultato nel piatto costante e ottimale che ci permette di servire alla clientela una ricetta di valore, indimenticabile». Debic è il partner di riferimento per tutti i prodotti lattiero-caseari e propone un'ampia gamma di soluzioni che abbraccia le famiglie merceologiche di panna, burro e dessert. I prodotti Debic sono un valido aiuto per ogni tipo di preparazione e un valore aggiunto per i professionisti del foodservice. La cucina che predilige David Azzara è quella che fa largo uso di primi, risotti e salse, «elaborazioni gastronomiche che hanno una marcia in più». Tra le proposte del locale trevigiano, molto apprezzato dalla clientela è il Trifoglio di mais, antipasto a base di cialde di polenta, crema di funghi misto bosco, radicchio di Treviso saltato, salsa al Prosecco e latte di mandorla.

Come primi, in evidenza sulla carta il Risotto al radicchio con fonduta di Vezzena e capasanta al profumo di erbe, i Tagliolini al nero di seppia con coda di gambero alla paprika dolce, crema di ceci e cozze e la Parmigiana di sedano rapa con salsa di pomodoro all'harissa, burrata soffiata, infusione di basilico. In chiusura Cheescake al cioccolato fondente e tabasco con crumble di mandorle e fonduta di cioccolato bianco. Di alto livello anche la variante con mela e cannella.

Per la video intervista e la galleria fotografica vai su www.italiaatavola.net e cerca il codice 61193





L'alchimia del chicco

Per il risotto al nero di seppia e lime: 80 g riso vialone nano, 8 g nero di seppia, 10 g succo di lime, vino bianco fermo, fumetto di pesce, cipolla frullata, scorzetta di lime grattugiata, **Burro Tradizionale Debic**, evo. *Preparazione*: rosolare la cipolla. Aggiungere il riso e far cantare, dopodiché sfumare con il vino, una volta asciugato aggiungere il fumetto di pesce e il nero di seppia. Cuocere il riso più a lungo di una normale cottura per risotto e lasciarlo piuttosto secco. Fuori dal fuoco aggiungere il succo di lime, la scorzetta, l'olio extravergine d'oliva e il **Burro Tradizionale Debic**, coprire e lasciare riposare un minuto. Mantecare energicamente. Stampare su coppapasta 50 g di prodotto e abbattere. Una volta abbattuto rosolarlo abbondantemente a fuoco vivo fino ad ottenere una croccante crosticina.

Per risotto rapa rossa e pepe nero: 80 g riso vialone nano, 60 g succo di rapa rossa, 5 g pepe nero macinato, vino rosso, fumetto di pesce, cipolla frullata, **Burro Tradizionale Debic**, evo, sale. *Preparazione*: rosolare la cipolla. Aggiungere il riso e far cantare, dopodiché sfumare con il vino, una volta asciugato aggiungere il fumetto di pesce, il sale, il succo di rapa rossa e il pepe nero. Cuocere il riso più a lungo di una normale cottura per risotto e lasciarlo piuttosto secco. Fuori dal fuoco aggiungere l'olio extravergine d'oliva e il burro, coprire e lasciar riposare un minuto. Mantecare energicamente. Stampare su coppapasta 50 g di prodotto e abbattere. Una volta abbattuto rosolarlo a fuoco vivo fino ad ottenere una croccante crosticina.

Per la ricotta alla pesca bianca: 50 g **Panna Prima Blanca Debic**, 100 g ricotta fresca, 300 g pesche bianche, 50 g miele, 2 g sale. *Preparazione*: pelare le pesche e tagliarle. Saltarle a fuoco vivo in padella con miele e sale, quindi aggiungere acqua a livello. Abbassare la fiamma fino a quando l'acqua sarà ridotta, quindi frullare creando una purea. Montare la **Panna Prima Blanca Debic** per stabilizzare il composto. Incorporare la ricotta e la purea con una frusta.

Per la capasanta marinata: 200 g capasanta, 5 g succo di lime, 5 g evo, scorzetta di lime grattugiata, sale. *Preparazione*: tagliare a coltello la capasanta, misura a piacere, quindi addizionare delicatamente il succo di lime, la scorzetta, il sale e l'olio.

SOTTO LA TOQUE: ALLEGRO, POSITIVO, DISORDINATO

Abbiamo sollevato il cappello a Demis Aleotti



di Carla Latini

Demis Aleotti è nato nel 1974 a Crevalcore in provincia di Bologna e ha frequentato la Scuola alberghiera di ristorazione a Bologna. Il suo percorso professionale inizia lavorando nelle brigate di tre dei ristoranti più amati e "centraioli" di Bologna: Da Silvio (via San Petronio Vecchio), Da Fabio (via Castiglione), Alice da Oscar (via d'Azeglio).

Grazie alla sua voglia di imparare e al suo carattere gioviale, dà vita ad un'amicizia e ad una collaborazione di lavoro con i titolari dei ristoranti. Questo lungo e proficuo periodo (18 anni) di affiancamento a grandi ristoratori bolognesi fa crescere in Aleotti una voglia sempre più grande di aprire un ristorante tutto suo. Così che nel 2008 realizza il sogno. Ritorna nel suo paese di origine (Crevalcore) e apre Bottega Aleotti. Dove si reinventa l'antica figura dell'oste. Non solo in cucina a preparare buon cibo, ma anche in sala con cordialità e ospitalità. Lo scopo è accompagnare con un sorriso e in grande tranquillità pietanze gustose. Che si fondono, rispettose, alla tradizione emiliana, alla freschezza dei prodotti. Nascono portate ricercate e ragionate nella più felice e spontanea ricerca. Contemporaneità e territorio.

Il fiore all'occhiello di Demis sono i primi piatti fatti a mano e i dolci. I biscotti che vi danno il benvenuto in grandi vasi di vetro appena si varca l'entrata del ristorante. Un modo per dirvi che siete a casa Aleotti. Aspettatelo alla fine del servizio. Aleotti passa fra i tavoli. Si ferma. Racconta e porta dolcezze appena sfornate. Magari destinate al "vaso" del giorno dopo. Ma voi godetevele al momento. Insieme alle chiacchiere che ama fare. Che valgono la sosta a Crevalcore, a Bottega Aleotti. cod 61164



Da bambino cosa sognavi di diventare?	Sognavo di essere astronauta
Il primo sapore che ti ricordi.	Tortellini in brodo
Qual è il senso più importante?	Olfatto, ovvero i secondi occhi
Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.	I dessert
Come hai speso il primo stipendio?	A Riccione, per un weekend con amici
Quali sono i piatti da provare assolutamente?	La rosetta di pane con la mortadella, la zuppa imperiale in brodo e la lingua di manzo con salsa verde
Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?	Il Parmigiano 30 mesi
Qual è il tuo cibo consolatorio?	Prosciutto crudo di Langhirano
Che rapporto hai con le tecnologie?	Un buon rapporto, soprattutto negli ultimi anni
All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?	Mi farei consigliare il piatto del giorno
Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?	Mia moglie
Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?	Un'opera di Ferruccio Pasqui
Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?	What is love di Haddaway

Ristogolf

La gara gourmet riparte dal Piemonte



Il Circuito Ristogolf 2019 by Allianz ha preso il via il 15 maggio scorso al Circolo Golf Torino La Mandria. Le buone abitudini ritornano, una ricca colazione con caffè Nespresso by WeFor prima di scendere in campo. In buca 3 lo chef Matteo Monti del ristorante Edit di Torino presenta una schiacciata romana con diaframma di manzo, maionese al rafano, cavolo nero e lamponi, in abbinamento a un fresco cocktail di Grappa Segnana. Giusto qualche tiro e ci si ritrova alla buca 5 dove il Ristorante Da Vittorio regala ai golfisti uno spaghetto al pomodoro, basilico e Parmigiano Reggiano da sogno con un Pinot Bianco Athesis di Kettmeir by Santa Margherita Gruppo Vinicolo. Stop obbligatorio per la pizza gourmet by Molino Dallagiovanna alla buca 7 insieme a un calice di Champagne Pommery Brut Apanage.

Il gioco continua intervallato da un po' di dolcezza con la resident pastry chef Evi Polliotto e il suo biscotto financier al pistacchio, gelée di fragola e rabarbaro, ganache alla vaniglia, accompagnato da Moscato Rosa di Kettmeir. Alla buca 14 ritorna un volto amico di Ristogolf, lo chef Pier Giorgio Parini con la sua zuppa di cocco, quinoa, limon cress e shiso purple by Koppert Cress, abbinata a Metodo Classico Brut Rosé di Kettmeir.

Giunti quasi alla fine manca solo la cucina del territorio: alla buca 16 gli Agnolotti piemontesi al sugo d'arrosto della chef Edy Gambillare dell'osteria Cascina Oslera, da gustare insieme a un Pinot Nero Maso Reiner di Kettmeir. Sempre presenti le tre etichette di acqua Surgiva: naturale, frizzante e mossa.

Alla fine della gara, immersi nello spirito di Ristogolf, si inaugura la nuova cucina firmata Bulthaup e Samsung per gli showcooking moderati dal presidente Enrico Cerea. Novità 2019: spazio al mondo della mixology con Bulk di Giancarlo Morelli, che presenta il drink Tiki But Glamour con whisky The Glenlivet. È il momento poi dei due chef ospiti: Matteo Baronetto del ristorante Del Cambio e Marcello Trentini del Magorabin, che attraverso la loro cucina - Nigiri rivisitati e "il Vitello e il Tonno" - raccontano la storia di Torino.

Subito dopo le premiazioni, si conclude la prima tappa 2019 con il Gourmet Party del ristorante Da Vittorio. Ogni inizio stagione è come fosse la prima volta, con l'emozione per una grande estate alle porte. cod 61003

Per informazioni: **www.ristogolf.com**



OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

Leonardo e la tavola I magnifici banchetti degli Sforza



di Toni Sàrcina
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Come dicevo sul numero precedente, non ci sono prove concrete sulle preferenze alimentari di Leonardo, ad eccezione della sua simpatia per la cucina vegetariana e per il vino. Risulta invece evidente l'attenzione dimostrata per tutto ciò che si muoveva intorno ai piatti, vale a dire scenografia del banchetto, coreografia del servizio e attrezzature per le cucine. Infatti, da perfetto scenografo, fu impiegato spesso da Ludovico il Moro per l'organizzazione delle sue feste per le quali il ducato di Milano primeggiava fra le corti italiane ed europee, per i sontuosi ed esclusivi allestimenti ed anche per la ricchezza delle portate. Nelle cucine sforzesche si alternavano ai fuochi i migliori cuochi dell'epoca, provenienti molto spesso da altre corti. A titolo di esempio vorrei citare i festeggiamenti per il celebre matrimonio tra il giovane duca Gian Galeazzo Sforza II e Isabella D'Aragona, celebrato nel gennaio 1489 a Tortona e fortemente voluto dal tutore Ludovico Il Moro, per cementare il legame del ducato con il Regno di Napoli ed aumentare così, in modo significativo, il potere degli Sforza. Naturalmente, la supervisione dell'evento fu affidata a Leonardo che ne fece una sceneggiatura così particolareggiata che, se volessimo riportarla ai giorni nostri, si potrebbe affermare che sarebbe stata gradita in egual misura, sia da Luchino Visconti, sia da Federico Fellini per i loro capolavori cinematografici.



I festeggiamenti durarono, con varie riprese e in luoghi diversi, per circa un anno ed ogni volta Leonardo apportava modifiche di cibi e di allestimenti, in sintonia con le stagioni e i luoghi. L'apoteosi delle feste fu quella conclusiva, del 1490, detta "Del Paradiso" per la quale scrisse una sceneggiatura nella quale ogni dettaglio, dalle tavole ai tovagliati, dal vasellame ai piatti, dal modo di servire, alle danze di intermezzo tra le diverse portate, era indicato perfettamente, con scritti e disegni e che fu realizzata senza alcuna modifica da parte degli sposi e dallo zio mecenate tanto era perfetta.

Un solo accenno alle vivande servite può dare un'idea di come si potesse accostare il banchetto a qualcosa di paradisiaco: "furono serviti agnelli dorati e vitelli inargentati ripieni di pernici e fagiani". Il menu era costituito da un poemetto in lingua volgare, nel quale, i piatti erano indicati solo per titolo di ingredienti senza altre aggiunte mentre tutta l'opera era un susseguirsi di riferimenti alla bellezza e alle virtù degli sposi.

Nel 1499, quasi alla fine della sua collaborazione con il duca, al termine del lavoro triennale per il celeberrimo affresco "L'ultima cena", Ludovico il Moro, grato per il lavoro, donò a Leonardo una vigna, quasi accanto alla Basilica di S. Maria Delle Grazie che testimonia una certa propensione del Maestro alla coltivazione della vite e a qualche libagione.

La vigna è stata riscoperta in tempi recenti ed è visitabile in corso Magenta, presso la Casa Degli Atellani.

cod 61222

Creatività e innovazione basi del successo nella **pasticceria**



È ancora grande l'eco del successo di World Pastry Stars, l'appuntamento milanese che ha coinvolto AMPI a vario titolo e su più fronti, dal palco al backstage, dalla giuria alla co-conduzione. Il congresso di pasticceria è stato organizzato da Italian Gourmet con la collaborazione e il patrocinio di Accademia Maestri Pasticceri Italiani e si è tenuto presso il Milan Marriott Hotel il 20 e 21 maggio scorsi. World Pastry Stars ha promosso e gestito con successo il confronto nel campo della pasticceria, attraverso interviste, panel, keynote, workshop e performance grazie alla partecipazione di esperti relatori di rilievo nazionale e internazionale.

Importanti Maestri Pasticceri - chiamiamole pure "stelle" o "World Pastry Stars" - tra cui Iginio Massari, Sadaharu Aoki, Stéphanie Aubriot, Olivier Bajard, Gino Fabbri, Pierre Hermé, Gabriel Paillasson, Andrea e Nicola Pansa, Alfonso Pepe, Giancarlo Perbellini ed Enric Rovira si sono alternati sul palco con il loro carisma e la loro storia per illustrare, attraverso la loro esperienza, come creatività e innovazione rappresentino una formula di successo nella pasticceria, sempre più proiettata alla sperimentazione, nel creare e cambiare per realizzare qualcosa di contemporaneo e di emozionante, ma che fonda le sue radici nella tradizione artigianale e nel metodo consolidato.

Se dovessimo trovare una citazione per immortalare questa edizione di World Pastry Stars, potremmo usare le parole del Maestro giapponese Sadaharu Aoki: «La continua ricerca dell'eccellenza è un mix sapiente tra sperimentazione e metodo». Con una pasticceria a Parigi, quattro negozi a Parigi, due a Taipei, uno a Nagoya e quattro a Tokyo, Aoki è considerato tra i più grandi maestri internazionali che sono saliti sul palco milanese.

Tra le pastry stars italiane, il Maestro AMPI Alfonso Pepe - che per problemi personali non è potuto essere presente a ritirare la Stella World Pastry Stars - e Gino Fabbri, presidente AMPI. Sul palco Fabbri ha presentato il panel dal titolo: "Pensiero creativo e strategia. Come trasformare un'idea in un prodotto di successo: dalla programmazione alla realizzazione". Per creare una ricetta servono



le materie prime ma è fondamentale avere un progetto. Serve un laboratorio, servono le basi, ma vanno fatte e pensate in maniera diversa a seconda del cliente e del tipo di consumo. La degustazione in laboratorio è fondamentale: va portata avanti costantemente con tecnica e autocritica.

In occasione di World Pastry Stars 2019, Italian Gourmet ha ideato degli awards: tre premi speciali per valorizzare la cultura della pasticceria artigianale e dell'innovazione attraverso i giovani e il linguaggio femminile, passando anche dalla comunicazione digitale. Per alcuni Accademici AMPI pertanto il World Pastry Stars ha significato anche giuria: con Anna Prandoni, i Maestri Giancarlo Cortinovis, Debora Massari, Gino Fabbri e Giovanni Cavalleri sono stati i giudici dell'"Award Miglior Pasticcere Under 35", decretando vincitore Pierluigi Sapiente.

Domenico Di Clemente, Alessandro Servida, Fabrizio Galla e Maurizio Colenghi sono stati i Maestri AMPI impegnati come giudici del contest "Award Miglior Pasticcere Donna". La vincitrice è stata Sara Bruno. Infine, il premio per il miglior comunicatore digitale è stato assegnato ad una indiscussa pastry star internazionale: Pierre Hermé.

Tra le novità di questa edizione, il "Grand Prix World Pastry Stars" ha designato Iginio Massari come Miglior pasticcere del mondo 2019. Premiato da Molino Dallagiovanna, il Maestro dei Maestri, fondatore e presidente onorario di AMPI, ha ricevuto il premio assegnato da una giuria di giornalisti rappresentata da Eleonora Cozzella, food journalist Gruppo Editoriale L'Espresso Repubblica, Laura Mantovano, direttore editoriale Gambero Rosso, Alberto Schieppati, direttore editoriale Artù, ed Enzo Vizzari, direttore Guide Espresso.

Altra novità di questa edizione la presentazione di una ricerca di settore sui trend della pasticceria moderna, masterclass e iniziative per una formula di evento con maggiore partecipazione e coinvolgimento del pubblico presente. Nelle sessioni parallele, "momenti di pasticceria" e "training Lab" si sono alternati i Maestri Lucca Cantarin, Denis Dianin e Gino Fabbri. Un generoso applauso di ringraziamento a nome di tutta l'Accademia è andato ai Maestri presenti, autori di questa sontuosa vetrina dolce: Alessandro Dalmasso, Alessandro Servida, Andrea Urbani, Armando Lombardi, Carlo Pozza, Claudio Marcozzi, Denis Dianin, Domenico Di Clemente, Emanuele Valsecchi, Fabrizio Galla, Francesco Elmi, Giancarlo Cortinovis, Gino Fabbri, Giovanni Cavalleri, Iginio Massari, Lucca Cantarin, Maurizio Busi, Maurizio Colenghi, Paolo Sacchetti, Sal De Riso, Salvatore Gabbiano, Sandro Ferretti, Sandro Maritani, Stefano Zizzola, Vincenzo Santoro. cod 61129

UN ACCADEMICO AL MESE



IGINIO MASSARI

Classe 1942, madre cuoca, padre direttore di una mensa, i primi ricordi lo trovano ad ammirare colori, forme e profumi. A 16 anni, dopo qualche mese di lavoro in un panificio del centro città, accoglie la pulsione della conoscenza e rivolge lo sguardo alla vicina Svizzera, nei cantoni francesi dove, in quattro anni, acquisisce la prima esperienza di pasticceria e cioccolateria. A Budrye gode del privilegio della umanità e sapienza del maestro Claude Gerber. Terminato qui il primo percorso di formazione, che pure lo vedeva già allora richiesto da più parti per la sua proverbiale dedizione e competenza, fa ritorno in Italia.

È di allora l'episodio di un serissimo incidente stradale. La forzata immobilità non frena l'attivismo personale e neppure quello del signor Barzetti, noto industriale alimentare, il quale, pur di avere Massari al proprio seguito, lo manda a prendere dal fratello Luigi ogni giorno. Da Bauli, poi, consolida le proprie conoscenze in paste lievitate. Tornato a Brescia quale responsabile e capo pasticcere dei F.lli Cervi, in seguito matura due anni in Star come dirigente tecnico del settore artigianale e industriale, dal 1969 al 1971. Nello stesso anno, per volere della moglie, apre la Pasticceria Veneto. A marzo 2018 apre a Milano la sua seconda pasticceria, ottenendo un immediato successo.

Tanto amato quanto temuto, è universalmente riconosciuto il suo talento superiore abbinato ad una ferrea disciplina professionale e umana dedizione, che lo rendono apprezzato ancor di più per l'eterogenea cultura ed onestà. Vincitore, dal 1964, di oltre 300 concorsi, premi e riconoscimenti nazionali e internazionali. Iginio Massari è il portabandiera della pasticceria italiana in tutto il mondo, primo membro italiano dell'Associazione Relais Desserts, fondatore e presidente onorario di AMPI. È anima e cuore dell'eccellenza della Pasticceria italiana nel mondo. Una lunga carriera, numerose partecipazioni televisive che lo rendono noto al grande pubblico e tanti progetti per il futuro. Sentiremo ancora parlare di lui...

The First Roma Dolce

La pasticceria diventa hotel di lusso

Inaugurato a fine maggio nel cuore della città eterna, The First Roma Dolce è il primo hotel accolto dentro una pasticceria, per assecondare le richieste golose degli ospiti. La "dolce vita" è stata l'emblema della Roma felliniana, ma in questo caso la vocazione più dolce della città eterna arriva da un raffinato laboratorio di pasticceria che diventa simbolo di accoglienza di lusso ed evidente manifestazione dell'importanza del food anche nel mondo dell'hotellerie. La golosa esperienza, nonché l'ultima novità del The First Experience, è firmata The Pavillions Hotels, progetto nato al fine di incoraggiare gli ospiti a vivere la capitale come veri indiser.

The First Roma Dolce, che ha intuito l'importanza del nucleo storico nel quale è inserito, ha deciso di valorizzare ospitalità e comfort in maniera impeccabile attraverso un'esperienza inedita, fruibile dagli ospiti e dai residenti con uguale meraviglia e piacere: il laboratorio di raffinata pasticceria, originale deus ex machina di attimi sorprendenti.

Vero e proprio carattere distintivo fin dal nome dato alla struttura, la dolcezza è una regia concreta: subito ispira al buonumore, a occasioni speciali, alla famiglia e soprattutto a uno dei pilastri della tradizione romana. Gli ospiti di The First Roma Dolce sono invitati a riconoscerne il Dna fin dall'arrivo: una selezione di paste di produzione propria dà il benvenuto al termine del check-in. In camera, sono diversi i libri dedicati alla fine arte pasticcera, un invito a imparare o approfondire una passione.



di Monica Di Pillo

La pasticceria Velo è il punto di riferimento per autentiche esperienze gastronomiche sul tema dolce, calibrate secondo la stagionalità. Il classico Afternoon Tea è attimo prezioso per concedersi una pausa pomeridiana oppure organizzare una piccola riunione. Lungo l'arco della giornata il menu all day si declina a pranzo, cena e per piacevoli break dove mai manca una selezione di dolci al cucchiaio, praline e piccola pasticceria.

Nella pasticceria, sita al primo piano dell'hotel, vengono serviti dolci tentazioni con un menu in continuo divenire che proporrà ai clienti degustazioni di cioccolato durante i mesi invernali e delizie in grado di tenere testa alle restanti stagioni. Il ristorante proporrà anche il classico tè pomeridiano inglese e ovviamente non mancheranno praline, mignon e dolci al cucchiaio per assecondare ogni palato e appetito. Il tutto si può consumare in loco ma anche comodamente nella propria camera.

Come si dice il buongiorno, così come la dolcezza, si vede al mattino: una volta varcato l'ingresso della propria stanza al momento del check in, infatti, a dare un ghiotto benvenuto agli ospiti saranno dei dolci fatti in casa, delizie da degustare in buona compagnia, quella del proprio partner e, perché no, magari di un buon libro.

Ebbene sì, tra i numerosi servizi a disposizione della clientela, oltre a tecnologie all'avanguardia e attrezzature per il fitness, non poteva mancare una selezione di libri le cui tematiche spaziano dalla pasticceria all'arte passando per la storia etc. Come disse lo scrittore francese Francis de Croisset, "la lettura è il viaggio di chi non può prendere un treno". La struttura ha dunque tutte le carte in regola per rendere memorabili le proprie vacanze romane e far sentire gli ospiti a casa anche lontano da casa.



Non il solito hotel. Il The First Roma Dolce, membro della catena statunitense Preferred Hotels&Resorts, colpisce in primis per la sua posizione che lo vede collocato all'interno di un palazzo storico del XIX secolo, accuratamente restaurato, progettato dal famoso architetto visionario e urbanista Giuseppe Valadier, proprio nel cuore di Roma. Sorge infatti in via del Corso, ovvero a due passi da piazza del Popolo, piazza di Spagna, villa Borghese nonché dalle principali vie dello shopping. Al suo interno ospita 23 eleganti suite e raffinate camere caratterizzate da ambienti caldi e spaziosi. cod 61176



Entusiasmo a Firenze per la 2ª tappa di MeetMassari



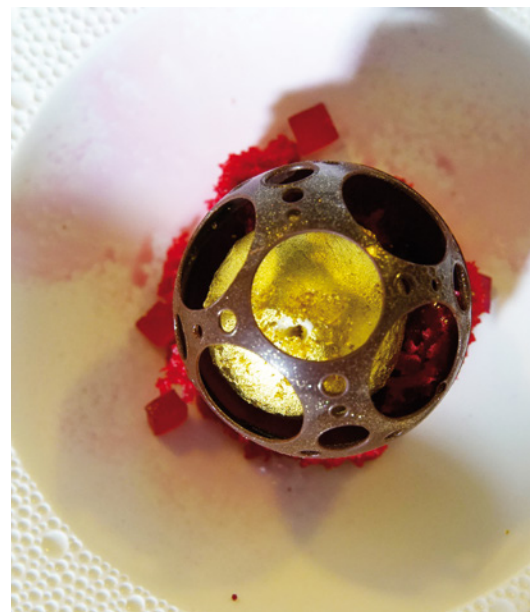
Il format vede il Maestro - nominato miglior pasticcere al mondo al World Pastry Stars 2019 - protagonista di masterclass di formazione che illustrano agli operatori l'utilizzo ottimale delle farine Dallagiovanna. «Il mondo corre sull'innovazione e bisogna dare qualcosa in più di quello fatto fino a ieri. Sempre tenendo conto che la tradizione è irrinunciabile, in quanto legata al territorio e alla sua cultura». Il pensiero di **Iginio Massari** è in linea con la filosofia di Molino Dallagiovanna, unità di intenti espressa il 27 maggio scorso a Firenze, presso l'Hotel 500, nell'ambito del secondo appuntamento del tour MeetMassari organizzato da Molino Dallagiovanna in collaborazione con Eurovo e Carra Distribuzione.

Sul palco-laboratorio Massari ha dato vita al croissant, al babà presentato in una versione verticale e conica e alla tradizionale schiacciata dolce fiorentina utilizzando LeDivine, la nuova linea di farine da grano italiano ispirata al cinema e all'universo femminile. Si articola in tre varianti di Tipo 00 - Sofia, Monica e Anna - ideali per tutte le esigenze del professionista dell'arte bianca. Una linea multiuso che si ottiene dalla selezione dei migliori grani italiani, lavati e macinati lentamente e a freddo. Sofia è indicata per lievitazioni veloci, Monica per medie e Anna per lunghe (biga e lievito madre).

Accanto al Maestro Massari, anche il Maestro pasticcere Denis Dianin e il pastry chef Domenico Di Clemente. Tra i partecipanti, volti noti della pasticceria italiana come il Maestro lievitista Achille Zoia e il presidente di AMPI (Accademia Maestri Pasticceri Italiani) Gino Fabbri, che ha voluto portare i saluti di tutti gli accademici. La giornata è stata condotta da Sabrina Dallagiovanna, rappresentante della sesta generazione della famiglia e responsabile commerciale e marketing, che ha sottolineato quanto la selezione, le analisi chimico-fisiche, il lavaggio e la macinazione in purezza di ogni singola varietà di grano siano dei consolidati punti di forza dell'azienda. Un'impresa che ha triplicato il fatturato negli ultimi dieci anni e che è presente in 52 Paesi. La capacità produttiva oggi, con l'ampliamento dello stabilimento, è di 3.500 q al giorno.

Professionalità, creatività e tanto amore per la pasticceria sono gli ingredienti del tour MeetMassari. Dopo le tappe di Torino (25 marzo) e Firenze, prossimo appuntamento il 23 settembre a Palermo con una dedica alla pasticceria dell'isola ispirata alla tradizione dei pupi siciliani. cod 61180

Per informazioni: **www.dallagiovanna.it**



IN SALA CON

Francesco Cioria

«Una clientela felice gratifica»



Da un paio d'anni ha aderito a Noi di Sala, l'associazione che dal 2012 valorizza l'identità di sala e servizio. Francesco Cioria è un giovane professionista, ma abituato a volare alto. Sono già sei anni che è il sommelier del ristorante San Domenico, due stelle Michelin a Imola (Bo), un tempio della gastronomia. Originario di Vallata, in Irpinia, ha dovuto lottare non poco in famiglia per frequentare la scuola alberghiera. Il padre, che gestiva un Autogrill, ben sapeva che vita impegnativa è quella in un pubblico esercizio. Ma Francesco, caparbio, pur di seguire il suo istinto, ha frequentato l'istituto di Vieste (Fg), a 200 chilometri da casa. Già questa una dimostrazione di possedere una buona scorza. «All'inizio volevo fare cucina - racconta **Francesco Cioria** - ma il professore di sala mi ha orientato a questo mondo che mi ha conquistato. A 18 anni ero diplomato in accoglienza e servizio».

Poi la gavetta a Roma presso l'Enoteca regionale del Lazio, un altro snodo fondamentale per la sua carriera, e alcune esperienze in strutture di alto livello che lo convincono a volare nel Regno Unito, «perché in sala non si può zoppicare con l'inglese», e in Australia poi. Al San Domenico Francesco Cioria è di casa: nel 2009-2010 a livello di stage, dal 2014 titolare nel ruolo di sommelier.

Che cos'è la sala?

Un sacrificio costante, ma splendido. Passare tante ora con la gente è stimolante ed è davvero gratificante vedere la clientela felice e soddisfatta; ripaga l'impegno. Una dedizione troppo spesso oscurata dal "fenomeno cucina". La sala è il perno per far esprimere la linea gastronomica e la ristorazione, va ricordato, è innanzitutto ospitalità, una prerogativa della sala. La cucina e l'accoglienza si devono alimentare a vicenda, sono un binomio inscindibile.

Come si può migliorare la professionalità degli addetti alla sala?

L'associazione Noi di Sala è un organismo fondamentale per parlare con tutti e, va ricordato, è aperta a chiunque lavora in sala e a ogni livello di ristorazione. Il confronto e lo scambio di vedute fanno crescere e il senso di appartenenza stimola l'orgoglio professionale. Certo, al San Domenico siamo agevolati: gli ospiti sanno cosa cercano. In altri contesti la sala fa più fatica, ma deve comunque sforzarsi di educare la clientela a esigere un certo livello di servizio.

La clientela, un universo sfaccettato...



di Gabriele Ancona

Certo. Quando sono arrivato qui mi sono dovuto confrontare con una fascia elevata di ospiti abituali del ristorante, all'incirca il 40%. Non è stato facile conquistare la loro fiducia, ma con la voglia di fare si può entrare in empatia. Con chi sceglie il San Domenico per la prima volta, in una frazione di secondo si deve capire chi si ha di fronte. Anche in base a come si consulta il menu ci si orienta sulla tipologia di persona. Per quanto riguarda l'offerta enologica abbiamo due carte: una da 2.200 etichette e una da 5mila-6mila, che presenta bottiglie dal 1985 al 1945. Cerchiamo inoltre di aiutare i giovani, orientandoli a scelte per loro convenienti a livello economico, ma che si possano rivelare un'esperienza. Abbiamo anche pianificato iniziative mirate per avvicinare le nuove generazioni alla cultura dell'alta ristorazione.

Come è organizzata la squadra?

Siamo un team giovane, di cui io sono il rappresentante più "vecchio". Una squadra di venticinquenni è molto stimolate. Terreno fertile per la formazione. E chi è qui è determinato, non sta a guardare l'orologio. cod 60620

L'ASSOCIAZIONE AIUTA

Francesco Cioria è un grande fautore della sala e ci tiene a stimolare i colleghi anche sfatando falsi miti. «Ci sono tanti professionisti - sottolinea - che non osano fare un salto di qualità, perché condizionati da false paure. Nell'alta ristorazione si lavora solo con modalità differenti: la vita privata non viene annullata. Questo deve essere chiaro. L'iscrizione a Noi di Sala, che mette in contatto tutti gli addetti ai lavori, è un punto d'incontro che fa crescere le individualità e il nostro settore».



Cocktail competition e formazione Abi Professional coinvolge i giovani

Un fine maggio molto intenso per **Abi Professional**, l'Associazione barmen italiani presieduta da **Ernesto Molteni**. Due gli eventi da segnalare, a testimonianza del **dinamismo** e dell'**impegno** di Abi sul territorio

In un ridotto arco di tempo sono stati organizzati due concorsi con il supporto fondamentale di Monti Caffè: il 20 maggio a Palermo e il 23 a Este (Pd). La manifestazione siciliana è stata per l'associazione un debutto con gli istituti alberghieri. Da un'idea del consigliere nazionale Domenico Randazzo, all'Ipseo Pietro Piazza sono stati coinvolti 13 ragazzi. Attenti e preparati, hanno dimostrato grande disinvoltura nella preparazione del loro cocktail, valutato in base ad aroma, gusto, armonia, aspetto, decorazione e tecnica.

Giuria tecnica a cura di Gianmario Artosi e in giuria degustazione Laura Bello, Daniele Antinoro, Rosario Margareci, con la supervisione di Sandro Laugelli e Angelo Campora. La giornata è stata condotta da Domenico Randazzo e Francesca Bacile coadiuvati da tutto lo staff dell'istituto Pietro Piazza e soprattutto dal preside Vito Pecoraro e dai docenti Francesco Lipari e Alessandro Cassata.

Ogni ragazzo è stato accompagnato e seguito da un tutor Abi, un team composto da Giovanni Cernigliaro, Salvo De Luca, Salvatore Muscarella, Giuseppe Muscarella, Francesco Lubrieri, Cristian Russo. La giornata è stata organizzata grazie al contributo di Monti Caffè, Amari Siciliani, Birrificio Bruno Ribadi, Rosso Pizza, Alimentari Sgroi, Polizzi salumi e formaggi.

La classifica ha visto imporsi Giorgia Fornaciari (Istituto E. Maggia di Stresa, Vb), premiata anche per la miglior tecnica, seguita da Andrea Messina (Istituto Calogero Amato Vetrano di Sciacca, Ag) ed Emanuele Riccardi (Istituto G. Vasari di Figline Valdarno, Fi).

Dalla Sicilia al Veneto. Il 23 maggio, nella villa settecentesca che ospita l'Istituto alberghiero Salesiano Cnos Fap di Este, si è svolta la finale fra i migliori 20 allievi di sala bar provenienti da tutta Italia. Il Nazionale degli Alberghieri è stato organizzato con il supporto di Abi Professional. La gara, sotto la direzione del consigliere nazionale Carmine Mattia Perciballi, ha visto i concorrenti eseguire un cocktail sorteggiato al momento fra 4 ricette Iba: Margarita, Americano, White Russian, Alexander. Primo classificato Denis Castronuovo (San Benigno Canavese, To). Alle sue spalle Michela Valdez (Este, Pd) ed Eleonora Taverna (Saluzzo, Cn).

Oltre a questa classic competition si è svolta una seconda prova, con cui i ragazzi hanno dovuto preparare in 5 minuti un mocktail (cocktail analcolico) a base di ready to mix Finest Call distribuito da OnestiGroup. Primo posto per Michela Valdez.

La delegazione Abi professional, composta dai consiglieri Carmine Mattia Perciballi e Franco Cruder, dai soci Valerio Moccia (Lazio), Angelo Boscolo (Veneto) e dal vice presidente Amira Lorenzo De Marco, ha assegnato borse di studio per la formazione.

cod 61207



Il trattamento delle uova
Primo, conservarle al fresco


di Valeria Annunziata
Responsabile qualità e sicurezza alimentare


di Massimo Artorige Giubilesi
Tecnologo alimentare

Nei supermercati europei le uova vengono vendute per la maggior parte dei casi su scaffali non refrigerati insieme ai prodotti non deperibili nonostante si raccomandi una conservazione in frigo. Qual è il motivo alla base di queste differenze? La normativa suddivide le uova in base alle loro caratteristiche di qualità in 2 categorie: A e B.

- Le uova di categoria A rispettano specifici requisiti di qualità e sono destinate alla vendita diretta al consumatore.
- Le uova di categoria B utilizzate nelle industrie alimentari come materia prima per prodotti trasformati.

Quindi in fase commerciale presso i rivenditori le uova, affinché mantengano i requisiti di appartenenza alla cat. A, non devono subire alcun trattamento di conservazione né devono essere refrigerate al di sotto di 5°C (Reg CE 859/08 art.2) e che non pos-

IL VECCHIO TRUCCO DELLA NONNA PER DEFINIRE A CASA UN UOVO FRESCO

Come determinare in modo empirico la freschezza e la qualità di un uovo di cat.A? Anche ponendo l'uovo in acqua fredda si può determinarne la freschezza. Le uova possiedono al loro interno una camera d'aria il cui volume aumenta con il trascorrere del tempo, quindi con la vita dell'uovo la camera d'aria diventerà più grande e le uova tenderanno a galleggiare sulla superficie dell'acqua.

sono essere lavate o pulite né prima né dopo la classificazione. In fase di acquisto e conservazione sull'esercizio dopo l'acquisto (come da raccomandazione ribadita anche in etichetta) il produttore segnala che questo prodotto deve essere invece conservato nel frigorifero; poiché è stato dimostrato che le uova lasciate a temperatura ambiente per un lungo periodo, soprattutto nella fase estiva, possano generare una condensa che facilita la proliferazione di batteri sul guscio e il possibile ingresso all'interno dell'uovo.

Per quanto riguarda invece la scadenza, o meglio Il termine minimo di conservazione "da consumarsi preferibilmente entro...", la normativa fissa il termine di vita commerciale al 28°giorno successivo alla data di deposizione; pertanto qualora non fosse indicata la scadenza ma solo il giorno di deposizione, si devono considerare 28 giorni a decorrere da quel periodo.

Come si devono trattare le uova all'interno dei centri cottura

- Come riportato sopra il Reg CE 589/08 informa che le uova di cat. A non possono essere lavate o pulite né prima né dopo la classificazione, per lo stesso motivo le uova non devono essere rotte sul bordo dei contenitori o con utensili, ma battendole l'una contro l'altra, è necessario che i gusci vengano gettati direttamente nel bidone dei rifiuti senza essere poggiati da nessuna altra parte (es.lavandino).
- È consigliabile quindi che la loro manipolazione venga effettuata utilizzando guanti monouso da gettare subito dopo l'uso. È fondamentale sanificare dopo il termine delle operazioni i piani di appoggio, gli utensili utilizzati, e la zona dove viene eseguita la manipolazione.
- Conservare l'etichetta della scatola con indicazione dell'origine del prodotto e della data di scadenza fino a completo smaltimento.
- Stoccare le uova fresche all'interno delle dotazioni frigorifere destinate all'ortofrutta, poiché come ribadito al punto 1, l'uovo in fase commerciale non è sanificato.
- Infine si ricorda che un uovo viene definito di qualità quando presenta le seguenti caratteristiche sensoriali: albume chiaro e traslucido, nessun corpo estraneo presente, nessun odore atipico, guscio di forma normale, pulito e intatto.  cod 61192

«Regole eque per un mercato leale»

Appello di Fipe per raccogliere firme

Lanciata una raccolta di firme a tutela di una ristorazione che dia garanzie ai consumatori. Italia a Tavola sostiene l'iniziativa. Dopo le contestazioni, ora Fipe scende in campo per una battaglia senza etichette. Sul tavolo la richiesta di regole eguali per tutti al fine di non danneggiare lo sviluppo economico, sociale e culturale della Cucina italiana. Come già denunciato, Fipe lamenta il fatto che non tutti nell'ambito della ristorazione rispettano le regole per cercare di risparmiare. Ma, peggio, nessuno li punisce. Ad essere puniti, piuttosto, sono gli imprenditori che, al contrario, adempiono a tutti i loro doveri legali dovendo, di conseguenza, sobbarcarsi costi più alti. Ma, alla fine di tutto questo circolo vizioso, c'è l'aspetto che Fipe vuole condannare maggiormente: un corto circuito nel mercato (poco leale) che danneggia la Cucina italiana. Una presa di posizione perfettamente in linea con le posizioni da tempo assunte da Italia a Tavola che non a caso sostiene apertamente l'iniziativa che si presenta senza etichette di schieramenti e aperta al contributo di tutti. Il manifesto è stato inviato ai vicepremier Luigi Di Maio e Matteo Salvini e al ministro alle Politiche agricole Gian Marco Centinaio.

Il tutto si è generato da quando il settore è salito alla ribalta e la torta ha iniziato a dover essere spartita tra addetti ai lavori in continua crescita (alcuni anche ai limiti della legge, come gli home restaurant, altri in grado di cambiare completamente le regole di mercato del settore come tutto ciò che si muove online e che spinge in altissimo il food delivery). Di mezzo però ci va la qualità del servizio proposto dalle attività e anche dai contenuti serviti dagli stessi ristoranti, bar, pubblici esercizi, ma anche il mondo dell'agricoltura. La goccia che ha fatto traboccare il vaso è stata la sentenza del Consiglio di Stato che ha equiparato a ristoranti, ma senza gli obblighi connessi, gelaterie, paninoteche e kebab.

Come spesso accade la soluzione potrebbe trovarsi nel buonsenso. Fipe non lo dice chiaramente, ma tra le righe si legge la lamentela relativa al fatto che non basta che un locale venga identificato, ad esempio, come “pubblico esercizio” a livello tecnico. Bisognerebbe, al contrario, capire come quel locale lavora, cosa offre, come lo offre, se c'è un servizio al tavolo, di quante persone e di quali strumenti dispone. Fipe ha lanciato l'appello chiedendo di



firmarlo per sostenere la propria richiesta e presentarsi alle istituzioni con fondamenta solide. Di seguito il testo integrale dell'appello.

"La cucina italiana: orgoglio degli italiani, ispirazione per gli stranieri, ali e radici per chi viene e torna nel nostro Paese. In numeri, la nostra ristorazione vale 300mila imprese, 85 miliardi di fatturato e 43 miliardi di valore aggiunto all'anno per 1 milione di occupati. Meno puntuale, ma non meno strategico, il valore intangibile del settore in termini sociali, storici, culturali, antropologici e come volano dell'attrattività turistica e dell'intera filiera dell'agroalimentare del Paese. Ora, poi, il settore sta vivendo una popolarità senza precedenti, con gli chef famosi come attori e contesi come influencer, a dimostrazione che la cucina - da sempre strumento di comunicazione - è appetibile anche come strumento di consenso.

Bene, insomma, ma non benissimo. Questi risultati sono la punta di un iceberg fatto del lavoro di centinaia di migliaia di imprese che, con la loro professionalità, creatività e quotidianità, fanno la forza di questo settore, che riceve a parole grandi pacche sulle spalle, ma nei fatti rischia oggi un impoverimento senza precedenti.

Ogni giorno nelle scelte politiche si incentivano settori che effettuano di fatto somministrazione, senza essere sottoposti alle stesse regole che si applicano alla ristorazione e ai pubblici esercizi in generale.

Ci riferiamo agli operatori del settore agricolo, ai circoli privati, al terzo settore, ai negozi di vicinato, agli home restaurant, allo street food etc. Perché se non ti chiami "pubblico esercizio", non importano i servizi igienici, la presenza di spazi per il personale, gli ambienti di lavorazione idonei, la maggiorazione sulla Tari e il rispetto delle normative di Pubblica Sicurezza.

La disparità di condizioni non genera nel mercato soltanto concorrenza sleale, ma finisce per impoverire il mercato stesso nel momento in cui le attività di ristorazione chiudono, magari per reinventarsi in esercizi più semplici, dove tagliare i costi del servizio e di preparazione, con effetti immaginabili sulla qualità del prodotto, sui rischi alimentari dei consumatori, sull'occupazione del settore e l'attrattività delle nostre città.

Non chiediamo meno regole: chiediamo che vengano applicate le stesse regole per la stessa professione, anche a tutela e a salvaguardia dei 10 milioni di clienti che ogni giorno frequentano i Pubblici Esercizi. Non chiediamo meno concorrenza: auspichiamo, anzi, che ce ne sia sempre di più, ma per migliorare il mercato, non per renderlo più fragile.

Non chiediamo privilegi o corsie preferenziali: chiediamo alle Istituzioni più attenzione e un tavolo, promosso dai ministeri competenti, con la partecipazione dei diversi attori della filiera - che apparecchi una visione strategica complessiva e consapevole per il settore.

I sottoscrittori di questo appello hanno fatto degli investimenti qualitativi e del rispetto delle regole, un punto di merito e uno stimolo per migliorare la qualità del settore, tutelando le scelte di milioni di consumatori.

È così che vogliamo difendere la categoria, quella delle imprese della ristorazione: salvaguardando il contributo che offre all'economia italiana, un contributo di varietà e, soprattutto, di qualità, tratto distintivo del Food in Italy che tutti conosciamo. E amiamo."

cod 60995





Corsi professionali di cucina L'offerta è ampia, come scegliere?

Il mercato delle scuole di cucina in Italia si presenta oggi sempre più frammentato. L'offerta di corsi di cucina è infatti molto ampia e molto spesso ingannevole. Sempre più enti si propongono come scuole, senza averne titolo, con offerte formative attraenti sotto il punto di vista del prezzo, ma poi qual è la sostanza? Pubblicità che indicano periodi formativi lunghi, ma con frequenza di pochi giorni o pochissime ore a settimana. Corsi lampo che in pochi appuntamenti promettono di trasformare chiunque in un chef provetto. Sicuramente l'utente rimane molto confuso, rischiando di incappare in realtà non serie; in altri casi pensa di risparmiare, ma facendo due calcoli l'esborso finale risulta nettamente superiore.

Come valutare in maniera consapevole le varie opportunità? A cosa occorre prestare attenzione per fare la scelta giusta? Da valutare inizialmente sono le certificazioni e i titoli di cui l'ente dispone, non limitandosi solo a verificarne solo la presenza, ma anche la reale appartenenza. Probabilmente questo è uno degli aspetti più difficili, ma alcuni altri accorgimenti, di più facile verifica, potranno essere d'aiuto.

Il primo consiglio è quello di far visita di persona alla struttura di riferimento: osservare con i propri occhi l'organizzazione dei laboratori, le dotazioni a livello di attrezzature (che dovranno essere professionali e all'avanguardia), la possibilità di parlare direttamente con i docenti. Tutto questo potrà dare una percezione più chiara e concreta dell'ente di proprio interesse.

Diffidare dei percorsi formativi di scarsa durata: non è possibile diventare

cuoco in 40 ore di lezione. Il lavoro del cuoco richiede la conoscenza di materie prime, tecnica, ricette e molto altro; un percorso formativo ben strutturato deve prevedere un quantitativo di ore più alto.

Un altro accorgimento, sempre in relazione alla durata, è quello di osservare il monte ore effettivo: vale a dire non concentrarsi solo sulla durata totale del corso, ma focalizzarsi su frequenza giornaliera e settimanale. Corsi di durata più breve potrebbero avere un monte ore maggiore rispetto a corsi di molti mesi con una frequenza sporadica al giorno e a settimana. Per avere un confronto reale è opportuno, infatti, basarsi sulle ore di lezione effettive e non sulla durata totale del corso.

La durata in termini di ore può offrire un dato importante anche sul costo effettivo del corso: dividendo il costo totale del corso per il numero effettivo di ore ci si potrà accorgere che un corso appartemente più economico sia in realtà molto più costoso (in termini di costo/giornata o costo/ora) rispetto ad un altro che, pur richiedendo un investimento più importante, offre un gran quantitativo di ore e quindi un costo/ora inferiore.

Importantissima sarà poi la qualità della formazione: un numero ridotto di corsisti per ciascuna sezione potrebbe, infatti, essere sinonimo di massima attenzione rivolta allo studente, che si traduce in una formazione efficace e di qualità.

Ultimo dato che riteniamo opportuno suggerire nella valutazione del corso è il piano formativo che dovrà presentarsi completo e variegato, ma soprattutto con un alto monte ore di formazione pratica che sicuramente potrà agevolare l'apprendimento di competenze direttamente spendibili nel mondo del lavoro.

Sicuramente, anche utilizzando questi accorgimenti, la scelta potrebbe non risultare semplice. L'Italia è ormai "una giungla" di proposte formative, ma tra queste si distinguono alcuni (pochi) enti che, in quanto scuole certificate, hanno saputo distinguersi per qualità della formazione, valenza di piani formativi e autorevolezza dell'istituto.

Tra queste sicuramente troviamo Ifse, la scuola di alta cucina e pasticceria sita all'interno del Castello di Piobesi Torinese. La storia dell'istituto vanta oltre 10 anni di attività con studenti in arrivo da tutto il mondo. I percorsi formativi si rivolgono alla cucina o alla pasticceria professionale; per quanto riguarda la cucina, Ifse ha da poco fatto l'importante scelta di modificare il progetto formativo dandogli un taglio nuovo rispetto allo storico corso professionale di Cucina italiana: il percorso formativo ora parte dalle basi e offre una formazione completa e di alto livello sulla Cucina italiana a 360°.

A partire da settembre 2019 questo percorso formativo prenderà il nome di Corso superiore di Cucina italiana e avrà la durata di un anno accademico suddiviso in cinque mesi in istituto con frequenza giornaliera, a cui seguiranno cinque mesi di stage nei più rinomati ristoranti di tutta Italia. Davvero importante quindi il monte ore di questo corso - oltre 1.500 - che tratterà di Cucina italiana a 360°, con un maggior numero di momenti dedicati a pratica e approfondimenti.

Grazie poi all'importante supporto delle oltre 70 aziende che sostengono l'associazione Ifse, il prezzo del corso, nonostante il notevole ampliamento in termini di durata, subirà solo una lievissima variazione, attestando ancora Ifse quale migliore scuola d'Italia in termini di qualità/prezzo: un altissima qualità della formazione con classi a numero ridotto ad un prezzo inferiore rispetto alle altre scuole circa del 40-50%.

Non a caso oggi Ifse è il punto di riferimento dei professionisti per la ricerca di personale qualificato in caso di assunzione e degli studenti per la formazione a livello internazionale.

cod 61168

Per informazioni: **www.ifse.it**





Nutrifree

Il senza glutine scelto dai cuochi italiani

Cresce il **fenomeno delle intolleranze nel fuori casa**.
Nutrifree, premium partner della Federazione italiana cuochi in **esclusiva per il senza glutine**, propone la sua **formula fatta di gusto, praticità e servizio**



Ogni giorno ristoratori, chef, albergatori e altri operatori del mondo dell'accoglienza devono fare i conti con il fenomeno delle intolleranze. Secondo i dati dell'ultima relazione al Parlamento sulla celiachia, negli ultimi 6 anni in Italia sono state registrate 57.899 nuove diagnosi, con una media di circa 10mila nuovi casi l'anno.

A fronte di oltre 200mila celiaci diagnosticati, si stima che complessivamente le persone affette da celiachia nel nostro Paese siano circa 700mila, di cui 400mila ancora in attesa di diagnosi.

Il fenomeno è ancora più rilevante se osserviamo i numeri della "gluten sensitivity", patologia che secondo gli studiosi colpirebbe ben 3 milioni di persone in Italia, o dell'intolleranza al lattosio, fenomeno che, secondo i dati Efsa, riportati anche dall'Associazione italiana latto intolleranti, riguarderebbe circa il 50% degli italiani.

Il cambiamento delle abitudini alimentari e l'aumento del numero di persone intolleranti sono ormai fenomeni non più trascurabili, che hanno un impatto significativo sul fuori casa.

«Oggi sempre più persone scelgono locali e strutture attrezzate anche per gestire una clientela con esigenze alimentari specifiche - sottolinea **Nicoletta Del Carlo**, ceo e co-founder di Nt Food - imponendo così ai ristoratori e ai professionisti dell'accoglienza un adeguamento della loro offerta. Offrire un servizio gluten e lactose free rappresenta non solo un impegno etico ma anche una grande opportunità per attrarre e fidelizzare la clientela di hotel, bar, ristoranti ed altri canali tipici dei consumi fuori casa».

È proprio su questi presupposti che nasce il progetto "Nutrifree Food Service", marchio che è già diventato un riferimento nel mercato del senza glutine e delle intolleranze, grazie a qualità, gusto e ampia profondità di gamma dedicata al canale. «Da sempre la nostra azienda - racconta **Giovanna Del Carlo**, cfo e co-founder di Nt Food - è impegnata nell'accogliere le esigenze del mercato e tradurle in soluzioni innovative. La conoscenza approfondita del canale Horeca ci ha permesso di sviluppare soluzioni semplici, pratiche e sicure in grado di coprire i diversi momenti di consumo e le più disparate esigenze di canale, sempre con grande attenzione al tasting e alla qualità nutrizionale». ➜





Dalla Toscana il senza glutine di qualità

I prodotti Nutrifree nascono tra Altopascio e Porcari (Lu) negli stabilimenti di Nt Food. In questi luoghi di tradizione e bellezza, l'azienda toscana produce i propri panificati nel rispetto dei più alti standard qualitativi e, con il brand Nutrifree, si impegna da oltre 10 anni ad offrire qualità e servizio ai propri consumatori, con una grande sensibilità verso le nuove esigenze alimentari.

La qualità nutrizionale e organolettica è da sempre uno dei punti di forza di Nt Food, che con il marchio Nutrifree offre una gamma completa di pane, panificati, sostituti del pane, mix e farine senza glutine e senza lattosio. «Oggi la grande attenzione agli allergeni - afferma Nicoletta Del Carlo - porta i consumatori a privilegiare prodotti che associano all'assenza di glutine altri preziosi "senza". La nostra linea dedicata al canale Horeca è totalmente "free from": senza glutine, senza lattosio, senza olio di palma».

«A partire da quest'anno - continua Giovanna Del Carlo - abbiamo deciso di dare un'ulteriore garanzia ai nostri consumatori, scegliendo di intraprendere il percorso di certificazione dei nostri stabilimenti di produzione e della gamma prodotti Nutrifree con il marchio Lfree, l'unica certificazione italiana, europea e internazionale approvata da Aili (Associazione italiana latto intolleranti) che garantisce i prodotti senza lattosio».

La formula Nutrifree Food Service

Qualità, assortimento, innovazione, servizio. Sono questi i fattori che caratterizzano l'offerta gluten e lactose free di Nutrifree Food Service. La selezione per il canale Horeca è stata studiata per offrire la massima varietà e la totale copertura dei diversi momenti di consumo fuori casa: dalla colazione al pranzo, dall'aperitivo alla cena.

Inoltre Nutrifree vanta la più ampia offerta di soluzioni monoporzione pensate per il canale Food Service,















permettendo così a tutti gli operatori del settore di fornire un servizio senza sprechi, in totale sicurezza da contaminazioni e allineato ai nuovi stili di vita che richiedono soluzioni adatte ad un consumo pratico e veloce.

«Pane a fette, panini, snack dolci e salati, brioche, biscotti, cereali e fette biscottate per la prima colazione, per citarne alcuni, sono tutti disponibili in pratiche monoporzioni. Questo formato - spiega **Enrico Cecchi**, direttore commerciale mass market, estero e Horeca Nt Food - risulta essere molto apprezzato dai consumatori che percepiscono questa componente di servizio come un grande plus rispetto ai competitor del senza glutine».

«Il fiore all'occhiello dell'offerta firmata Nutrifree - assicura Enrico Cecchi - è senz'altro il Panfette, pane casereccio a fette con olio evo, disponibile nel pratico formato monoporzione da due fette. La particolarità di questo prodotto è che un pane morbido "apri&gusta", pertanto non deve esser scaldato per essere consumato ed è quindi perfetto per il mondo della ristorazione e continua dopo 10 anni a riscuotere un grande successo».

Il senza glutine scelto dai cuochi italiani

Recentemente il brand toscano è diventato premium partner in esclusiva per il senza glutine della Fic, Federazione italiana cuochi, come riconoscimento della qualità organolettica e nutrizionale della propria offerta. Con la sigla dell'accordo tra Nutrifree e la Fic, per la prima volta il senza glutine trova un proprio spazio di riconoscimento nell'agenda della Federazione, espressione della volontà di intraprendere un percorso di sensibilizzazione dei propri associati sul tema delle intolleranze. «È un onore per noi - commenta Giovanna Del Carlo - poter intraprendere questo percorso con la Federazione. Con il brand Nutrifree ci impegniamo da sempre per diffondere la cultura delle "pari opportunità alimentari", promuovendo un modello alimentare inclusivo. Saremo senz'altro con entusiasmo a fianco della Federazione per sensibilizzare gli associati sul tema della celiachia e delle intolleranze e forniremo il giusto supporto a chi si approccia per la prima volta a questo mondo». cod 60857

Nt Food
via della Galeotta 6/C, loc. Tei - 55011 Altopascio (Lu) - Tel 0583 216383
foodservice.nutrifree.it



Novità **Dr. Schär Foodservice** per la ristorazione senza glutine

Con circa 200mila celiaci diagnosticati in Italia e le nuove diagnosi in continuo aumento, il mondo della ristorazione ha dovuto adattare l'offerta per venire incontro a questa importante fetta di mercato. In questo senso le proposte di Dr. Schär Foodservice, divisione del gruppo Dr. Schär dedicata al mondo della ristorazione, rappresentano un indiscusso vantaggio. Due grandi classici della cucina italiana sono stati infatti ripensati esclusivamente per la ristorazione, sia nella ricettazione sia nel formato. Penne e Fusilli Schär gluten free sono infatti disponibili in formato da 1 kg e la ricetta è stata sviluppata per una perfetta tenuta al dente in caso di doppia cottura. Di recente sono stati inoltre lanciati i nuovi Savoiardi, biscotti delicati e classici della tradizione italiana, ideali per tiramisù e dessert al cucchiaio. La nuova ricettazione è stata studiata nel rispetto di quella tradizionale sarda e presta un'ulteriore attenzione a ingredienti semplici e naturali, come le uova fresche. I nuovi Savoiardi Schär sono privi di lattosio, senza olio di palma ed emulsionanti.

Dr. Schär Foodservice, azienda sempre all'avanguardia, non si limita a migliorare la qualità dei prodotti, ma punta a un miglioramento costante. In questa direzione si inseriscono le attività di formazione che porta avanti ormai da anni grazie alla preziosa collaborazione di chef che, nelle scuole, insegnano come trattare correttamente gli ingredienti gluten free.

Lo chef Andrea Greco, esperto di senza glutine e uno dei primi ad aprire un ristorante gluten free in Italia, è il protagonista di quest'anno con "Gluten free Class", il progetto di formazione, promosso da Dr. Schär Foodservice, sulla ristorazione senza glutine rivolto alle scuole alberghiere italiane. Nelle sue lezioni, l'esperienza di pioniere in questo ambito si mescola alla creatività e al desiderio di dare vita a nuove creazioni dall'unione di teoria e pratica, senza dimenticare l'importanza di una corretta conservazione, lavorazione ed erogazione dei prodotti gluten free.

Nei mesi scorsi, "Gluten free Class" ha toccato già diverse scuole: da Jesolo (Ve), presso l'Ipseoa Elena Cornaro, passando per Colle Val d'Elsa (Si), presso l'Istituto per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera "B. Ricasoli", fino a Como, presso il Centro Studi Casnati. Tra i piatti creati dallo chef, un primo a base di pasta, il Timballo di penne con ragù di seppia e melanzane e il Tiramisù al Refosco, con base i nuovi Savoiardi di Schär. cod 60964

Dr. Schär Foodservice
Winkelau 9 - 39014 Postal (Bz)
Tel 0473 293595
www.drschaer-foodservice.com

Alimentazione Kosher
In Italia nasce un progetto dedicato


di Juri Piceni


di Mariapia Gandossi

Italy Kosher Union, l'ente che certifica i prodotti adatti all'alimentazione kosher e i prodotti Milk Free, ha scelto Foodnova per inaugurare il primo evento dedicato al settore. Il progetto prenderà il nome di "Italy Kosher" e avrà lo scopo di mettere in relazione le aziende dell'agroalimentare e i buyers da tutto il mondo. FoodNova (dal 16 al 19 novembre prossimi al quartiere fieristico di Rimini), organizzata da Exmedia Srl, società del gruppo Ieg - Italian exhibition group, è il network espositivo che unisce i nuovi e innovativi comportamenti di consumo: dal free from, al vegetariano e vegano fino all'etnico. Al suo interno racchiude quattro manifestazioni: le ormai consolidate Gluten Free Expo e Lactose Free Expo, giunte quest'anno rispettivamente all'ottava e alla terza edizione, e le new entries Expo Veg e Ethnic Food Expo.

Il progetto "Italy Kosher" all'interno di FoodNova nasce proprio da un'esigenza del mercato: sono sempre più numerose le aziende che scelgono di dotarsi della certificazione kosher, per consentire alle persone di religione ebraica e non, di alimentarsi secondo i dettami del culto o di scelte culturali. Kosher, infatti, è l'insieme di regole religiose che governano la nutrizione degli ebrei osservanti. Inoltre, molte persone in tutto il mondo, scelgono di mangiare kosher, poiché desiderose di consumare cibo che sia efficacemente controllato e supervisionato da un punto di vista qualitativo.

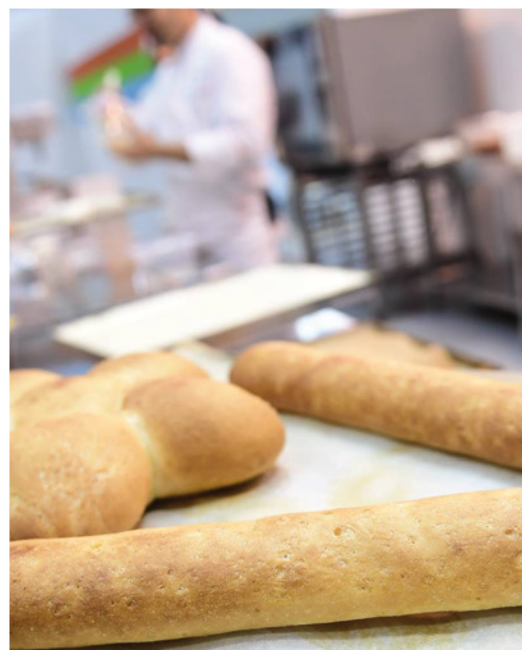
Il bilancio 2017 degli alimenti kosher, rispetto all'anno precedente, è migliorativo: la crescita del 9,7% del giro d'affari è di oltre il 2% più alta rispetto a quella registrata 12 mesi prima. Il claim "kosher" ha accresciuto la sua presenza sulle confezioni dei prodotti in commercio, arrivando a contare su un'offerta più articolata che copre l'1,6% del numero di prodotti alimentari (fonte: Nielsen).

Stando ad alcuni dati, ci sono tra i 3.500 e i 4mila ristoranti kosher nel mondo, 800 dei quali nella sola New York (metà degli alimenti venduti in Usa sono certificati kosher). In Europa, la Francia detiene sicuramente il primato: sono infatti 300 i ristoranti kosher francesi, su un totale europeo di 700 (fonte: Bet Magazine Mosaico, sito ufficiale della Comunità Ebraica di Milano).

Italy Kosher Union, oltre ad assicurare gli alimenti kosher, promuove anche la certificazione Milk Free garantendo i prodotti senza latte, andando così incontro alla sempre maggiore richiesta di alimenti free from. La collaborazione con FoodNova nasce con l'intento di mettere a disposizione dei professionisti le conoscenze di Italy Kosher Union attraverso seminari e conferenze per promuovere la cultura kosher, già diffusa in tutto il mondo, e far emergere le aziende impegnate in questo comparto. Grazie, dunque, alla prestigiosa collaborazione con Italy Kosher Union, l'edizione 2019 di FoodNova si caratterizza per un'attenzione ancora più marcata verso tematiche di grande attualità. cod 61221









Formaggi Bayernland
Pratico pack, alta qualità

Qualità ed efficienza sono per Bayernland elementi irrinunciabili, per offrire sempre i migliori prodotti, sicuri e genuini, assicurati dagli scrupolosi controlli effettuati dagli enti preposti lungo tutta la filiera. La storica azienda bavarese specializzata in prodotti lattiero-caseari si è affermata in Italia da 50 anni proprio in virtù di questo know how e utilizzando una materia prima di alta qualità: l'eccellente latte proveniente dai verdi pascoli della Baviera, senza Ogm, additivi chimici e conservanti.

Alcune tra le referenze più rappresentative della vasta gamma di Bayernland sono i formaggi Affettati da 1 kg e il formaggio fresco spalmabile Alpigiana da 1,5 kg, disponibile anche nella versione alle erbe. Pratici e versatili, disponibili in comode fette in formato toast, i formaggi Affettati di Bayernland includono alcuni tra i formaggi più famosi e apprezzati del panorama caseario tra cui Edam, Emmental, Mozzarella, Scamorza affumicata, Gouda e Cheddar per soddisfare i gusti e le esigenze di ogni cliente e di ogni professionista.

Noto e amato formaggio fresco spalmabile, Alpigiana di Bayernland nel formato da 1,5 kg è un formaggio fresco a base di "quark" prodotto semplicemente con latte, caglio, sale e fermenti lattici. Dalla consistenza morbida e dal gusto delicato, è un formaggio leggero che fornisce un ottimo apporto proteico.

I packaging dei formaggi Bayernland sono inoltre studiati ad hoc per valorizzare i plus dei prodotti e dell'azienda. Il bianco rimanda alla purezza del latte bavarese nonché all'igiene e alla salubrità presente negli stabilimenti produttivi della Baviera; la mucca "felice e coccolata" è simbolo del suo latte da agricoltura sostenibile, mentre sullo sfondo si scorge il paesaggio bavarese, che rimanda alla materia prima di altissima qualità con cui sono realizzati i formaggi Bayernland.

Bayernland è in continua crescita ed espansione, con lo scopo di conquistare e fidelizzare nuovi clienti e professionisti del settore, oggi sempre più attenti ed esigenti. cod 60887

Bayernland
via Giovo 23 - 39049 Vipiteno (Bz)
Tel 0472 723111
www.bayernland.it

Conoscenza, crescita, condivisione La strategia di Orobica Food

Durante l'**edizione 2019 di TuttoFood**, svoltasi a Fiera Milano lo scorso maggio, l'**azienda bergamasca ha colto l'occasione per ampliare le conoscenze** e i **contatti** sia in ambito nazionale che internazionale



Il continuo confronto con i professionisti del settore, con i possibili clienti, con gli appassionati e con i blogger ha permesso non solo di conoscere nuove realtà e nuovi prodotti enogastronomici, ma ha reso possibile la promozione e la divulgazione del pensiero di Orobica Food: una visione basata sulla ricerca costante della qualità, sulla trasparenza e correttezza del suo operato e sulla costante attenzione alla soddisfazione del cliente.

Credere, perseguire e rispettare questi valori offre una possibilità di crescita incomparabile e garantisce che il rapporto che si instaura tra le parti sia basato sulla fiducia e non su semplici promesse, che potrebbero poi decadere risultando vane. Credere in quello che si fa, che si propone e che si crea è il trampolino di lancio per strutturare un'attività vigorosa e affidabile.

La scelta di aver creato una linea a marchio proprio rispecchia queste concezioni: saper offrire sempre l'eccellenza senza scendere a compromessi. "Esquisito" è tutto questo: una garanzia di alta qualità che soddisfa dapprima la vista e successivamente il palato.

Nei 4 giorni di durata della fiera, presso lo stand, sono state preparate anche delle degustazioni e delle prelibatezze che hanno saputo catturare l'attenzione e la curiosità anche dei più scettici: solo provando e assaggiando è possibile rendersi conto dell'effettiva bontà delle eccellenze proposte.

Grande attenzione è stata posta anche all'aspetto dell'ecosostenibilità: in un periodo in cui sempre più frequentemente si sente parlare di problematiche ambientali, spreco e riciclo, si è deciso di utilizzare, ove possibile, beni di consumo completamente biodegradabili e a basso impatto ambientale. Attuare una politica di questo calibro non è semplice ma, un passo alla volta e prestando attenzione, raggiungere gli obiettivi prefissati non è un'utopia. In linea con quanto detto, Orobica Food ha deciso di limitare il consumo di carta potenziando e creando due nuovi strumenti: il nuovo sito web, per diffondere la propria realtà, e un'app che funge da catalogo e permette di visionare e consultare l'intera gamma dei prodotti. cod 60943

Orobica Food
via della Castrina 1 - 24060
Chiuduno (Bg) - Tel 035 8361299
www.orobicafood.com





Salad dressing e Street Food

Le novità Hellmann's 2019

Hellmann's, il brand di dressing Unilever Food Solutions proposto nei locali di maggior successo nel mondo, presenta alla ristorazione nuovi prodotti e formati. Le nuove Hellmann's Salad dressing per creare con facilità insalate sempre diverse e gustose, in quattro varianti: Caesar, Yogurt, Honey & Mustard e Thousand Island. Prodotti solo con ingredienti di alta qualità, come le uova da allevamento all'aperto, i dressing sono pronti all'uso e facili da personalizzare con erbe e spezie. Le Hellmann's Salad dressing sono disponibili in bottiglie da un litro e nei nuovi e comodi formati monodose, a disposizione dei clienti in sala per offrire eccellenza e un servizio distintivo.

Tra le novità di quest'anno anche la gamma Hellmann's Street Food, pensata per il foodservice, in cinque diverse varianti per un'esperienza di gusto unica e inconfondibile: dalle tradizionali Mayo, Tomato Ketchup e Yellow Mustard, alle nuove Fries Deluxe e Sweet BBQ. Hellmann's Street Food coniuga ingredienti eccellenti a un formato estremamente maneggevole, che permette di tenere la bottiglia con una sola mano, mentre con l'altra si serve il cliente. Le novità Hellmann's si presentano alla ristorazione in un look totalmente rinnovato, espressione del rispetto per l'origine e l'autenticità degli ingredienti. L'accento è sulle materie prime delle ricette, sulla loro genuinità e sul loro gusto naturale. Sui pack all'inconfondibile blue ribbon dell'etichetta, garanzia della storia e della qualità Hellmann's, si accompagnano le immagini illustrate dai toni caldi e naturali dei principali ingredienti delle ricette: uova, pomodori, limoni, cipolle, olive.



Su **www.unileverfoodsolutions.it** nella sezione "Ispirazione per gli chef" tante ricette per dare vita a originali creazioni con la qualità Hellmann's. I nuovi prodotti Hellmann's sono acquistabili nel webshop Unilever Food Solutions.

cod 61157

Unilever Food Solutions Italia
via Paolo di Dono 3/A - 00142 Roma
Tel 800 480000
www.unileverfoodsolutions.it

Con la Maionese 100% Vegetale Develey soddisfa la ristorazione

Tradizione e innovazione sono gli ingredienti alla base dell'alto valore aggiunto dei prodotti Develey, azienda fondata a Monaco di Baviera nel 1845 e presente in Italia con la filiale di Lana d'Adige (Bz). Da 40 anni è operativa Develey Food Service, la divisione di Develey Italia dedicata alla ristorazione professionale. Vanta un assortimento ampio e in continua evoluzione per soddisfare le esigenze di tutti gli operatori, dalla ristorazione commerciale a quella collettiva. Materie prime monitorate lungo tutta la filiera. Prodotti ad alto contenuto di servizio che hanno reso Develey un partner ideale per i professionisti. La gamma è completa e si articola in un centinaio di referenze. Un ventaglio di proposte che oltre all'universo maionese comprende quelli ketchup, senape, salse, dressing, condimenti, sottaceti e complementi vari.

Dal mese di marzo Develey Food Service propone alla ristorazione professionale la prima Maionese 100% Vegetale. Con il 75% di olio di girasole, è senza uova e priva di glutine, conservanti ed esaltatori di sapidità. Ideale per una dieta vegetariana, vegana e gluten free, è indicata per arricchire panini, hamburger, piadine, insalate; il suo utilizzo in cucina è completo e versatile. Un prodotto sano, buono, cremoso e di tendenza, pensato per la ristorazione anche in merito al formato: la confezione, da 875 ml, è pratica e anti-spreco.

«Maionese 100% Vegetale - spiega **Alessandro Longo**, marketing & brand manager Develey Italia - è nata per soddisfare le esigenze del mercato Horeca, che sta dando consistenti segnali di ripresa: +2,8% rispetto al 2017. Una tendenza trainata principalmente dal segmento della ristorazione anche denominata "di nuova frontiera", che offre pasti tra gli 8 e i 15 euro ed è molto apprezzata dai Millennials e dalla Generazione Z, i consumatori di oggi e di domani. Una fascia d'età molto ampia, tra gli 8 e i 35 anni, che rappresenta il 45% del volume d'affari».

Develey, oggi tra i più importanti produttori europei di salse e condimenti, è una realtà fortemente impegnata anche nella salvaguardia dell'ecosistema, avvalendosi di una catena produttiva sostenibile: zero emissioni di CO_2, nessun trasporto di rifiuti nelle discariche pubbliche, sistemi di riscaldamento che usufruiscono dell'energia geotermica, installazione di sistemi di refrigerazione a recupero di calore. cod 61208

Develey Italia
Zona Industriale 5 - 39011 Lana d'Adige (Bz) - Tel 0473 562500
www.develey.it



LE RADICI DEL CIBO

Alla scoperta dell'annona Il frutto esotico di Marc Twain

L'annona è un frutto curioso soprattutto per il suo aspetto, una via di mezzo tra un carciofo ed una pigna non matura, originario degli altipiani andini. Per Mark Twain "il frutto più delizioso conosciuto dagli uomini". Si tratta di un frutto tropicale arrivato in Calabria verso il XVI secolo grazie alla dominazione spagnola che ha trovato il suo habitat naturale nelle zone di Reggio Calabria e in tutta la costa dello Ionio tanto da acquisire caratteristiche uniche e peculiari di gusto e proprietà nutritive. La prima piantagione risale al 1797, nel 2011 ha ottenuto il marchio Deco (Denominazione comunale di origine) come Annona di Reggio.

Proprio nella città calabrese troviamo la pianta fra le specie esotiche che impreziosiscono il Lungomare Falcomatà, quello che Gabriele D'Annunzio definiva "il più bel chilometro d'Italia". Fuori d'Italia si coltiva soprattutto in Spagna, nella valle di Almuñécar, ma anche in America centrale e meridionale, Africa del Sud, Australia.

Appartiene alla Famiglia delle Annonaceae e al genere Annona, che comprende circa 60 specie; la più comune è l'annona cherimola, i cui frutti molto articolari, si presentano con una colorazione verdognola, il guscio disegnato da una sorta di pelle a squame e la polpa di un colore bianco-crema in cui all'interno troveremo i semi neri non commestibili, ma facilmente eliminabili. Il frutto si raccoglie tendenzialmente acerbo fra settembre e dicembre e va consumato entro pochi giorni perché ha un rapido processo di maturazione e quindi non consente una conservazione prolungata.



di Piera Genta

La polpa morbida e cremosa di colore bianco-crema ha una elevata concentrazione zuccherina, non è molto succosa ed è ricca di Vitamina C. Il gusto di grande raffinatezza dolce e aromatico, similmente a quello di tanti altri frutti esotici, ha la peculiarità di riunire in sè un mix di aromi e gusti. Ha un profumo e un aroma delicati che ricordano quelli della banana, della pera, della fragola, dell'ananas e di altri frutti tropicali. Il consumo ottimale è quello al giusto grado di maturazione, possibilmente freddo e tagliato a metà da consumarsi al cucchiaio, anche perché è difficile da sbucciare senza rovinarlo. Trova spazio nella zona dolciaria come prodotto di pasticceria, ottimi i prodotti realizzati al gusto di annona, come gelato, babà, pasticcini, sorbetto e dessert vari e per la produzione di un distillato. cod 61223



Edoardo Corti



Ezio Marinato

Agugiaro&Figna Molini
Per la prima volta a Slow Fish

Continua la partnership tra Agugiaro&Figna Molini e Slow Food, l'associazione internazionale no profit impegnata nel ridare il giusto valore al cibo nel mondo. L'azienda molitoria è stata infatti official partner della 9ª edizione di Slow Fish, la manifestazione svoltasi dal 9 al 12 maggio, organizzata da Slow Food e Regione Liguria nel Porto Antico di Genova.

Agugiaro&Figna è stata presente con le sue linee di farine professionali Le 5 Stagioni, Le Sinfonie e A&F Alta Cucina e Farina nella "Fucina Pizza & Pane", l'area didattica interamente dedicata ai maestri pizzaioli, pasticceri e a tutti i prodotti da forno inaugurata lo scorso anno durante Terra Madre Salone del Gusto a Torino.

Tema centrale di tutti gli incontri è stato il cosiddetto pesce povero e come questo può essere rivalutato in abbinamento all'arte bianca, per promuovere scelte di acquisto e di consumo più consapevoli e salvaguardare la biodiversità dei mari italiani. Tra i protagonisti degli appuntamenti, coordinati dal referente del progetto pizza di Slow Food Italia Antonio Puzzi, i maestri pizzaioli Denis Pirrello, Gianni Di Lella, Rosario Piscopo, Giovanni Improta, Jacopo Mercuro e Salvatore Santucci, il maestro panettiere Ezio Marinato ed Edoardo Corti, lo chef Paolo Barrale e David Marchiori dell'Osteria Plip di Mestre (Ve), che ha deliziato i presenti con i sapori tipici della laguna veneziana realizzando il suo trancio di pizza in pala "Il lagunare", farcito con crema di ghiozzo, caciotta, carletti e cefalo: un piat-


Paolo Barrale



Anna Sartori



David Marchiori

to che unisce pesce povero ed erbe di laguna al pane realizzato con le farine professionali Agugiaro&Figna Molini.

La manifestazione si è conclusa con la partecipazione del pasticcere pop Andrea "Strabba" Tamagnini e della pastry chef Anna Sartori, "pioniera dell'imponderabile" come lei stessa si definisce, che per l'occasione ha creato una pasta choux salata realizzata con farina Mora e crema di boga agli agrumi su una goccia di mare.

La partnership con Slow Food Italia, presentata ufficialmente in occasione della 19ª edizione di Cibus, nasce dalla condivisione di valori e obiettivi comuni, nel pieno rispetto dei principi del buono, pulito, giusto e sano per tutti. Un percorso, quello tra l'azienda molitoria e Slow Food Italia, che conferma che l'eccellenza nasce sempre dalla sapienza di chi lavora e dalla scelta di ingredienti di qualità, che l'italianità può affermarsi all'estero con il buon gusto, la sostenibilità e l'armonia, e soprattutto che "insieme è meglio". cod 60970

Agugiaro&Figna Molini
strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521301701
www.agugiarofigna.com

Molino Vigevano

Valorizza maestri pizzaioli e talent

Il brand continua il suo percorso di crescita e affermazione nel **marcato delle farine proponendo un nuovo modo di fare ristorazione**, ponendo al centro i **professionisti del settore**



Marco Manzi

La primavera appena trascorsa è stata all'insegna degli eventi nel mondo del food: professionisti e appassionati del settore hanno potuto assistere ad appuntamenti dal respiro internazionale in tutto il territorio italiano, come TuttoFood a Milano, La Città della Pizza a Roma e TuttoPizza a Napoli. Dopo i successi del Sigep di gennaio, Molino Vigevano 1936 e il Gruppo Lo Conte, con i brand Le Farine Magiche e Docorì, continuano ad essere in prima linea, dando prova delle grandi performance dei proprio prodotti, nonché permettendo ai diversi professionisti che hanno animato il palinsesto dei vari eventi di raccontare i plus dei brand.

A TuttoFood, presso lo stand del Gruppo Lo Conte, è stato possibile degustare la pizza gourmet realizzata dai maestri pizzaioli di Molino Vigevano e guarnita con dei topping studiati ad hoc dello chef e food blogger Marco Giarratana, in arte "L'uomo senza tonno". Un impasto ottenuto con farine della linea Oro di Macina, tra cui Moreschina Ricca - multicereali con semi interi - e Oro Fibra 1, lavorato con il metodo indiretto della biga, con un'idratazione all'80% e 18 ore fra lievitazione e maturazione a temperatura costantemente controllata di 20°C.

Ospiti d'eccezione sono stati il food influencer Vincenzo Falcone e i suoi fedeli pizzaioli Pasquale Stabile e Guido Palladino, che hanno proposto due assaggi di "pizza in teglia Delicious". Tra i fortunati ad aver assaggiato questa prelibatezza c'è stata anche Benedetta Pa-



Fabio Di Giovanni



Vincenzo Falcone

rodi, madrina d'eccezione del Gruppo Lo Conte, che ha potuto intrattenere ospiti e visitatori dello stand raccontando lei stessa le peculiarità dei prodotti Molino Vigevano 1936.

Sul palcoscenico dell'area workshop professional de La Città della Pizza a Roma è stata invece l'occasione per il maestro pizzaiolo Fabio Di Giovanni di dare prova della sua abilità e spiegare uno dei prodotti di punta di Molino Vigevano, la farina Vesuvio - farina di grano tenero ottenuta da grano sottoposto a germinazione assistita con germe di grano vitale - ideale per pizza napoletana contemporanea in ogni tipo di forno, anche elettrico.

Mentre in occasione di TuttoPizza 2019 svoltosi a Napoli alla Fiera d'Oltremare si sono susseguiti gli showcooking di vari maestri pizzaioli provenienti da varie regioni d'Italia, che hanno avuto modo di presentare davanti ad un nutrito pubblico i lori prodotti.

Fra questi citiamo: Vincenzo Mirra di "Morsi & Rimorsi Pizzeria Aversa" ad Aversa (Ce); Vincenzo Roberto della "Pizzeria Pompei Centrale" a Pompei (Na); Pietro e Antonio Cibelli di "Luise Ristorante" a Napoli; Agostino Pagano della realtà ristorativa "Casa Caldarelli" a Nola (Na); Carlo Fiamma, in procinto di aprire a Cetara l'attività dal nome "Il Piennolo - pizzeria napoletana contemporanea"; e Marco Manzi di "Giotto pizzeria bistrot" a Firenze.

Il prossimo appuntamento per coloro che vogliono conoscere meglio le farine Molino Vigevano 1936 è oltreoceano, al Summer Fancy Food di New York dal 23 al 25 giugno.

Per i pizza lovers nostrani, invece, segnaliamo fin da ora l'evento milanese Elementi che si svolgerà a Milano dal 14 al 15 settembre: una kermesse di due giorni dedicata a materie prime, impasti e preparazioni, in cui sarà possibile degustare i prodotti dei maggiori professionisti italiani del settore pizzeria. cod 61158

Molino Vigevano
via dell'Artigianato 5 - 27020 Torre d'Isola (Pv)
Tel 0384 298479 - www.molinovigevano.com

Gianluigi Iannelli e Benedetta Parodi





Successo a TuttoPizza per le farine Molino Grassi

Esordio in grande stile e con un super team per Molino Grassi alla quarta edizione di TuttoPizza, il Salone internazionale della pizza andato in scena alla Mostra d'Oltremare di Napoli lo scorso maggio. «Una squadra composta da professionisti di grande valore che si sono alternati lungo una tre giorni di formazione e informazione che ha visto protagoniste le nostre farine delle linee Pizza e Bio. Nello specifico Pizza Midi H12, Extra Midi H16, Multicereali QB e Tipo 1 macinata a pietra Forte», ha spiegato Massimo Grassi, amministratore e responsabile commerciale del molino di Parma.



Parlando di "numeri uno" dell'universo arte bianca, Massimo Grassi non ha esagerato. Hanno partecipato al Salone gli otto tecnici dimostratori di Molino Grassi, affiancati da Maestri partenopei provenienti da Parigi e Barcellona e da nord e sud italia. Da segnalare anche la presenza di Gennaro Nasti, che a Parigi ha fatto della pizzeria Bijou un locale cult. Diciotto figure autorevoli che hanno illustrato le caratteristiche delle quattro farine al pubblico che ha affollato l'area didattica dello stand. Non solo teoria e approfondimento su farine, impasti, lievitazioni, farciture e cottura. Ogni seminario è stato coronato dall'interpretazione della pizza napoletana eseguita dai pizzaioli e servita in degustazione.

In tutto ben 22 demo che hanno fatto le veci del percorso di formazione che Molino Grassi propone nella sua scuola "I Percorsi del Molino", rivolta a chi desidera saperne di più su temi specifici legati al mondo delle quattro "P": panificazione, pizzeria, pasticceria e pasta.

La farina Pizza Midi H12, approvata dall'Associazione verace pizza napoletana, è indicata per pizza tirata e focaccia a impasto diretto con tempi medi di lievitazione; la Extra Midi 16 per pizza tirata e al piatto con tempi medi e lunghi. Sul fronte Bio, Multicereali QB è una miscela di cereali che racchiude il meglio della cultura agricola italiana unita alla farina manitoba per arricchire di sapore pane, dolci, pizze e focacce. Adatta per la pizzeria e la panificazione, la Tipo 1 Bio macinata a pietra Forte, è ricca di parti cruscali che donano all'impasto profumi unici. Permette di lavorare anche con alte idratazioni, con possibilità di lievitazioni e maturazioni degli impasti da 24 a 48 ore, con punte fino a 72 ore.

A TuttoPizza ha partecipato da protagonista il team tecnico del Molino - composto da Cristian Zaghini, Gennaro Nasti, Carlo Di Cristo, Robertino Cupo, Pasquale Moro, Salvatore Articolo, Valerio Torre, Tullio Monaldi - insieme ai pizzaioli napoletani Federico Guardascione, Nello Russo, Vincenzo Cozzi, Vincenzo Tesauro, Carmine Manzo, Agostino Pagano, Cristian Nasti, Francesco Di Leone, Guido Pacifico e Carmelo Tornillo. cod 61052

Molino Grassi
via Emilia Ovest 347 - 43126 Parma
Tel 0521 662511
www.molinograssi.it



Molini Pivetti valorizza l'antica arte delle sfogline

Le **farine per pasta fresca di Molini Pivetti** sono un **ingrediente indispensabile** in ogni cucina di qualità, ma è soprattutto nel **legame con il territorio che l'azienda esprime al meglio la sua identità**

La tradizione della sfoglia, tirata con il matterello da mani sapienti, è legata da sempre all'Emilia Romagna, terra di tortellini e tagliatelle, dove ha sede Molini Pivetti. L'azienda ferrarese è un punto di riferimento del settore molitorio e da oltre 140 anni realizza farine di alta qualità per i professionisti del settore e per i consumatori finali.

Appositamente create dai maestri pastai per i maestri pastai, sotto la stretta supervisione del team Ricerca & Sviluppo, le farine professionali per pasta fresca Molini Pivetti sono il risultato di un avanzato sistema produttivo che permette di estrarre solo le parti centrali del chicco di grano, più ricche di amido, evitando così fenomeni di ossidazione e ingrigimento della sfoglia. La "Rosa", farina di grano tenero, garantisce nel tempo una pasta fresca dal colore intenso e sempre giallo brillante, grazie al processo di abburattamento applicato. La "Dalia", diversamente, è un frutto della selezione dei migliori grani duri, ideale per la lavorazione anche della pasta secca, fatta a mano o a macchina. Perfette per rispettare le ricette delle cucine regionali, le farine per pasta fresca sono costantemente testate e approvate dai migliori professionisti del settore. Ne è un esempio la maestra di sfoglia Rina Poletti, indiscussa regina del matterello che da anni utilizza le farine Pivetti per realizzare tagliatelle, tortellini e tortelloni a regola d'arte, rigorosamente fatti a mano e senza l'ausilio di macchinari. Dopo aver gestito per oltre 30 anni un laboratorio di pasta fresca artigianale in provincia di Modena, oggi Rina insegna l'arte del matterello a nuove aspiranti sfogline e dal 2018 è direttrice didattica dell'Accademia della sfoglia, il primo centro culturale riconosciuto per l'insegnamento dell'arte della sfoglia con sede a Milano.

Di recente Rina Poletti è stata anche la protagonista nello stand di Molini Pivetti a TuttoFood, attirando l'attenzione di tutti i visitatori. Nei giorni della manifestazione si è dedicata a tirare la sfoglia in un laboratorio "aperto" che permetteva a tutti i presenti di degustare i suoi tortelloni, tagliatelle e altre deliziose specialità preparate e servite al momento. cod 60997

Molini Pivetti
via Renazzo 67 - 44045 Renazzo (Fe)
Tel 051 900003 - www.molinipivetti.it

Finalmente un buon caffè!



Per il tuo ristorante scegli Caffè Cagliari 10+



Non lasciare che i tuoi clienti escano con l'amaro in bocca.
Caffè Cagliari 10+ è il sistema porzionato che ti permette di offrire sempre un caffè perfetto, grazie alla qualità delle miscele Caffè Cagliari e all'esclusiva tecnologia Caffitaly System.

Preparati a ricevere i complimenti anche per il tuo caffè.



Scopri tutti i vantaggi del sistema Caffè Cagliari 10+ e la macchina più adatta al tuo locale.

www.caffecagliari.it/10piu





caffè CAGLIARI

E fanno 6!

Orobica Pesca sbarca a Monza

Cresce la rete dei negozi al dettaglio della storica azienda di Bergamo, specializzata da oltre mezzo secolo nel commercio al dettaglio e all'ingrosso di prodotti ittici di alta qualità. Da sempre conosciuta a Bergamo e provincia, dove l'azienda è nata oltre 50 anni fa e dove si è saputa distinguere e far apprezzare non solo per l'ampia gamma di prodotti ittici freschi, ma soprattutto per l'elevato standard qualitativo del prodotto proposto oltre che del servizio e della professionalità, il 28 maggio scorso Orobica Pesca ha inaugurato il sesto negozio, primo a gestione diretta fuori dalla provincia di Bergamo.

L'apertura a Monza, in via Cederna 24, rappresenta per la società un importante tassello per lo sviluppo, previsto nei prossimi anni, nelle principali piazze della Lombardia, con l'obiettivo di riproporre un modello di "pescheria tradizionale" ma con concetti avanzati di innovazione nella proposta e nel servizio offerto alla clientela più esigente, oggi ormai raramente riscontrabile in un mercato aggredito e quasi completamente coperto dai supermercati della Gdo.



Orobica Pesca da sempre si rivolge ad un consumatore attento alla qualità, alla sostenibilità, alla ricerca di un fornitore che possa assicurare, oltre alla varietà di prodotti unica nel suo settore, la sicurezza di un prodotto controllato e garantito, distinguendosi da una proposta generalista e appiattita su concetti di quantità e prezzo basso a discapito invece dell'attenzione al prodotto.

E proprio in questa direzione, con questi principi mai dimenticati, Orobica Pesca nel corso degli anni ha ormai acquisito un'importante posizione nel settore non solo della vendita ai privati ma anche e soprattutto nel servizio al comparto dell'Horeca, dove da anni occupa una posizione di leadership di mercato per la fornitura ai ristoranti tradizionali di prodotti alimentari di qualità, arrivando oggi a servire quasi tutte le province della Lombardia. cod 61177

Orobica Pesca
via Bianzana 19 - 24124 Bergamo
Tel 035 4172811 - www.orobicapesca.it

THE BASTARD
Barbecue evoluto
Non solo da esterni





La bella stagione sta entrando nel vivo e i dehors si adattano al barbecue e alla cucina outdoor, una formula in linea con i trend attuali. Ma utilizzare il termine barbecue, nel caso di The Bastard, è riduttivo. The Bastard è un catalogo completo di strumenti di cottura dal grande valore aggiunto, adatti a qualsiasi location. Non solo tra le mura domestiche, ma in ogni forma di ospitalità gastronomica, che sia trattoria, steakhouse, griglieria, macelleria con cucina (sempre più in voga), ristorazione in tutte le sue declinazioni, stellati compresi.

Quattro modelli per quattro differenti dimensioni, tanto per cominciare, accontentano tutti in ogni stagione, in quanto per The Bastards lavorare all'esterno o dentro un locale non fa alcuna differenza. Dallo "small" al "large", grintoso ma elegante, The Bastard è sempre seducente. In un certo senso è un oggetto di design, un elemento che arreda. Un'attrezzatura professionale realizzata in ceramica cordierite (quella utilizzata dalla Nasa per gli Shuttle), che permette di arrostire, grigliare, affumicare, cuocere al forno e a bassa temperatura. Una cucina moderna ed evoluta, in poco spazio.


Sergio Pezzotta

Facile da utilizzare e da spostare (due modelli sono dotati di ruote) è uno strumento davvero versatile, ideale per realizzare piatti di carne, pesce, verdure, ma anche pane, focacce, dolci. Una tecnologia in più a disposizione del professionista e - concetto che va ribadito - non solo per un impiego stagionale da terrazzo o giardino.

«Viene alimentato solo con materiali naturali al 100%, dal legno ai cubetti/accenditori - spiega **Sergio Pezzotta**, presidente del cda di Ros - e garantisce una cottura di grande uniformità e omogeneità. Non c'è la fiamma viva, ma sempre e unicamente la brace. Non ci siamo limitati a osservarlo e analizzarlo, lo abbiamo provato con diversi tagli di carne: superficie molto croccante e all'interno carne morbida che ha mantenuto i suoi succhi. Esame superato a pieni voti».

In effetti, sono sempre più numerosi gli operatori della ristorazione che hanno adottato questa attrezzatura professionale dotata di un ventaglio di punti di forza unico. In particolare la cottura lenta, a bassa temperatura, trova la chiave di volta nell'utilizzo della ceramica, che consente di impostare con precisione i parametri per i diversi alimenti. In questo caso The Bastard sa interpretare anche il ruolo di roner. La lunga cottura permette di trattenere tutti gli aromi evitando la loro dispersione.

The Bastard è prodotto solo nella versione di colore nero e, come accennato, con ceramiche industriali di altissima qualità, in grado di resistere senza alcun problema a temperature estremamente elevate. Le parti secondarie non sono da meno e vengono realizzate con materiali specifici e di alta gamma: acciaio inossidabile o temperato rifinito con una verniciatura a polvere per garantire la massima resistenza alle intemperie e alla quotidianità. Non a caso la garanzia è praticamente infinita: 20 anni. cod 60993

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 - 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it



Forni e abbattitori SkyLine

Una perfetta sinergia Cook&Chill

SkyLine è la nuova gamma di Electrolux Professional che, lavorando in sinergia, ridisegna il processo Cook&Chill ed è destinata a rivoluzionare il modo di lavorare nelle cucine professionali. Maggiore efficienza, usabilità senza eguali, prestazioni replicabili e, soprattutto, connettività: sono questi i principali vantaggi di questa nuova gamma. Il risultato è una qualità del cibo impeccabile, costi di gestione ridotti e più tempo da dedicare alla creatività.

Questo è possibile grazie alla perfetta combinazione di una tecnologia intelligente e di un design human-centered, caratteristiche che hanno permesso ai forni e abbattitori SkyLine di ottenere la certificazione 4 stelle per l'ergonomia (con riscontri reali pari al 75% in meno di assenza dal lavoro per malattia e conseguente 25% in più di produttività).



Due sistemi, un forno e un abbattitore, perfettamente sincronizzati, in totale comunicazione tra loro e che condividono lo stesso linguaggio e la stessa interfaccia touch, semplice e intuitiva: è SkyDuo, il binomio perfetto unico al mondo. Questa tecnologia garantisce una maggiore flessibilità nella pianificazione del lavoro in cucina e una migliore gestione, un prolungamento della durata di conservazione dei cibi e una qualità del prodotto servito senza compromessi.

«SkyLine è stato progettato per dare prestazioni sopra la norma, assicurando eccellenti risultati in cottura e abbattimento; è fatto per il business, garantendo fino al 10% di maggior profitto, ed è "creato intorno a te" in quanto abbraccia il concetto di ergonomia e usabilità», afferma **Andrea Grandi**, responsabile Cook&Chill per il mercato Italia Electrolux Professional. «Riteniamo che lo stress non debba essere un ingrediente necessario in cucina per creare un menu di qualità. La gamma di forni e abbattitori SkyLine è stata progettata esattamente per questo scopo: fornire ai professionisti della ristorazione un sistema rivoluzionario in grado di rendere la quotidianità un'esperienza migliore e il loro lavoro più profittevole». cod 60884

Electrolux Professional
viale Treviso 15 - 33170 Pordenone
Tel 0434 3801
professional.electrolux.it

La magica frizzantezza
del vino ci riporta
alle bolle dei nostri
giochi da bambini.
Piacciono a tutti,
sono un passe-partout
in grado di risolvere
ogni occasione
d'inverno come
d'estate

Estate frizzante
Bollicine per ogni occasione

di *Piera Genta*

Il dilemma è sempre lo stesso: quali scegliere? Gli spumanti non sono tutti uguali e ognuno di loro ha la sua personalità e il suo stile in grado di soddisfare il palato di ogni consumatore. Se la scelta cade su quelli italiani, proviamo a non fermarci a quelli più noti - Prosecco e Franciacorta - ma andiamo a cercare l'originalità delle produzioni di alcuni territori che ad uno sguardo poco attento possono sembrare solo delle Cenerentole enoiche.

In questi ultimi anni i rosati stanno occupando un posto d'onore nella scelta dei consumatori: hanno un colore che seduce, la freschezza dei vini bianchi, ma la struttura dei vini prodotti con vitigni a bacca nera. Accanto ai rosati classici si sono aggiunti tutta una serie di rosati ottenuti da vitigni che prima non venivano utilizzati a questo scopo, come il Nebbiolo, il Grignolino e l'Erbanno, un biotipo del Lambrusco coltivato in Valcamonica, o come quelli dell'anfiteatro bolgherese affidati allo charme dei vitigni internazionali.

Per valorizzare questa categoria è nato l'Istituto del vino rosa autoctono italiano, composto da sei consorzi di tutela delle denominazioni più rappresentative del vino rosato italiano: Chiaretto di Bardolino, Valtènesi Chiaretto, Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte e Bombino Nero, Salice Salentino, Cirò.

Per le loro caratteristiche di spiccata sapidità stanno riscuotendo un interesse crescente da parte degli appassionati di vino gli spumanti le cui uve provengono da suoli vulcanici, dal Soave all'Etna passando per la Toscana, i Campi Flegrei e con una deviazione in Sardegna, punteggiata da vulcani spenti. Le bollicine sono anche protagoniste in molti cocktail. Sicuramente il più conosciuto è lo spritz, nato nel Triveneto, ma anche il Negroni sbagliato, più leggero del classico grazie alla presenza dello spumante brut.

Per la stagione estiva immancabili il Bellini, con polpa e succo di pesca bianca, e la sua variante Rossini, con fragole fresche. cod 61259





Blanc de Blancs Laurent-Perrier

Champagne di grande carattere

Bernard de Nonancourt nel 1950 creò uno Champagne **basato su freschezza, finezza ed eleganza**. Diede vita allo **stile Laurent-Perrier**, assembla tradizione e innovazione. **Un modus operandi enologico unico**

Un successo scandito da etichette che sono pietre miliari nella storia del mondo vinicolo internazionale: Grand Siècle (1959), Cuvée Rosé (1968), Ultra Brut (1981), Alexandra Rosé (1987), La Cuvée (2017). E oggi la maison fondata nel 1812 a Tours-sur-Marne, in Francia, nella regione del Grand Est, presenta un nuovo vino che perpetua lo spirito e la tensione verso l'innovazione sempre nel rispetto del passato: Laurent-Perrier Blanc de Blancs Brut Nature Dosaggio zero.

Uno Chardonnay in purezza ottenuto assemblando una selezione dei migliori crus della Côte des Blancs (Avize, Cramant, Oiry, Chouilly) e della Montagne de Reims (Tours-sur-Marne, Villers-Marmery, Rilly La Montagne). Uno Champagne che rappresenta la meticolosa composizione di un mosaico che richiede, prima di entrare in cantina, un perfetto equilibrio tra i vini della vendemmia e quelli di riserva. Trascorsi i cinque anni di invecchiamento in cantina, il vino viene sboccato senza alcun dosaggio e riposa ancora alcuni mesi prima di incontrare il mercato e i palati di tutto il mondo.

Il perfezionamento di questo tipo di vinificazione e l'attento invecchiamento della varietà di uve in vasche di acciaio inox ha permesso alla Maison di creare questo Blanc de Blancs Nature. Laurent-Perrier Blanc de Blancs Brut Nature alla vista si presenta con un delicato colore oro chiaro e fini bollicine, perlage di raffinata struttura. All'olfatto sviluppa note minerali e sentori di agrumi. Dopo un attacco vivace, al palato risulta equilibrato e sostenuto, con un finale fresco impreziosito da note di limone.

Uno Champagne dall'identità ben definita. Il Blanc de Blancs si caratterizza infatti come vino per la gastronomia. Un interprete di alto profilo. Si abbina a una cucina che predilige il pescato o carni bianche. Ideale con branzino in crosta di sale, capesante, calamari alla griglia marinati con limone, timo, olio d'oliva, ma anche con una tartare di vitello con zenzero e limone. Va servito a una temperatura tra i 9 e gli 11°C. cod 61252

Laurent-Perrier Italia
via Farini 9 - 40124 Bologna
Tel 051 6486537
www.laurent-perrier.com

Il perfetto equilibrio di un'annata

Dom Pérignon Vintage 2008



Dom Pérignon ha un'ambizione creativa: la ricerca di un'armonia che sia fonte di emozione. Ogni processo creativo ha i suoi vincoli, e per Dom Pérignon si tratta dell'annata. Il tempo è fondamentale nell'equazione di Dom Pérignon. Il tempo di una maturazione attiva in bottiglia sui lieviti. Nell'oscurità delle cantine, ogni Millesimato Dom Pérignon attraversa una lenta metamorfosi nell'attesa di raggiungere tre Plénitudes successive, finestre di espressione in cui il vino si eleva, parla forte e chiaro, donando un elemento aggiuntivo allo spirito Dom Pérignon. Dopo oltre otto anni di elaborazione, Dom Pérignon Vintage incarna la "Première Plénitude", quella dell'Armonia. Un vino completo, di grande precisione, in un profondo equilibrio che è la firma di Dom Pérignon.

Il 2008 è stato caratterizzato dalla predominanza di cielo grigio e velato, condizione singolare in un decennio soleggiato e generoso. Ma niente è mai così scontato. Il mese di settembre - in maniera tardiva quanto miracolosa - ha ribaltato la situazione, come già successo nel 2000 e nel 2006, o nell'iconico 1966. La maturità ha superato qualsiasi aspettativa. A lungo celato, Dom Pérignon Vintage 2008 appare finalmente in tutta la sua coerenza. Il suo profilo affusolato, slanciato, atletico si impone con calore. Il frutto si manifesta forte e chiaro. La persistenza aromatica è incredibilmente intensa.

Incorporare una classica espressione di Champagne, rileggendola attraverso la lente di Dom Pérignon: è questa la sfida del Vintage 2008. All'intrigante acidità, alla concisione e alla purezza aromatica attese per il Vintage 2008, Dom Pérignon apporta anche profondità, densità e complessità. La luce è più calda e meno dura. Dopo un inizio snello, lo Champagne acquisisce sostanza, senza alcun accenno di secchezza. La sua fermezza diventa tonica e atletica. La sua acidità si integra al meglio, come se fosse un abbraccio. In questo caso, rivisitare l'archetipo significa vivere un'esperienza completamente diversa, più sofisticata, più intrigante; che va oltre, molto più lontano.

La singolarità di Dom Pérignon Vintage 2008 completa la linea di Millesimati della Maison. Fortemente influenzato dal carattere dell'annata - simile in questo al 1996 - il Vintage 2008 ha avuto bisogno di tutto questo tempo per diventare Dom Pérignon. I Vintage Dom Pérignon hanno già fissate le proprie date di rilascio, ma il 2008 ha richiesto più tempo e pazienza rispetto al Vintage 2009, presentato prima, un evento senza precedenti nella storia di Dom Pérignon. cod 61254

Distribuito da: **Moët Hennessy Italia**
via Tonale 26 - 20125 Milano
Tel 02 6714111
www.moethennessy.it

Perrier-Jouët Belle Epoque 2012

Nuova cuvée poetica e floreale

Belle Epoque 2012 è uno **champagne emblema del savoir-faire della Maison**. Un millesimato che seduce con la sua **ricchezza**, che esprime perfettamente la **complessità floreale dello Chardonnay**



L'eleganza del nuovo millesimato Perrier-Jouët si distingue anche sulla bottiglia. Decorata con il motivo dell'anemone disegnato nel 1902 da Emile Gallé, maestro dell'Art Nouveau, la bottiglia di Perrier-Jouët Belle Epoque è tutt'oggi una vera icona e rappresenta lo stretto legame della Maison con l'arte e con la natura.

Maison Perrier-Jouët è famosa per i suoi vigneti di Chardonnay, ma la Maison possiede anche parcelle eccezionali di Pinot Noir, come dimostra Perrier-Jouët Belle Epoque 2012, che unisce le due varietà in parti quasi uguali. Quest'annata straordinaria rappresenta il grande stile di Perrier-Jouët, in cui le uve Pinot Noir del nord della Montagne de Reims sono utilizzate per dare maggiore rilievo alla delicata struttura dello Chardonnay dei celebri Grands Crus di Cramant e Avize. La piccola quantità di Pinot Meunier di Dizy (5%) perfeziona l'equilibrio tra i due vitigni principali.

La cuvée Belle Epoque viene prodotta solamente quando lo Chef de Caves Herve´ Deschamps ritiene che la successione delle stagioni sia stata ideale, proprio come nel 2012. Ad un inverno mite è seguita una primavera fresca e un'estate calda e assolata a partire dalla metà di luglio fino alla fine della vendemmia, condizioni climatiche favorevoli alla maturazione delle uve.

Dopo aver riposato per cinque anni nelle cantine della Maison, la cuvée Perrier-Jouët Belle Epoque 2012 è pronta per il suo debutto. «È una vera icona - commenta Deschamps - uno champagne raro e seducente, notevole per la sua armonia floreale e la sua ricchezza». Alla vista è color oro dalla radiosa limpidezza, con sottili riflessi verdi. Al naso si combinano caratteristiche note di fiori bianchi abbinate a pesca bianca, pera croccante e agrumi. La freschezza prevale al palato, con un finale persistente e armonioso.

Perrier-Jouët Belle Epoque 2012 è lo champagne per celebrare occasioni speciali. Per apprezzare la sua delicatezza floreale è ideale servirlo tra i 9°C e gli 11°C e si abbina perfettamente con crostacei e delicate carni bianche. cod 61090

Distribuito da: **Marchesi Antinori**
via Cassia per Siena 133 - 50026
San Casciano Val di Pesa (Fi) - Tel 055 23595
www.perrier-jouet.com

VEUVE CLICQUOT RICH, IDEA INNOVATIVA PER LA MIXOLOGY



All'epoca di Madame Clicquot i consumatori prediligevano gli Champagne con un maggiore grado zuccherino, definiti "rich". Oggi la Maison reinventa questa tradizione con Veuve Clicquot Rich, uno Champagne espressamente creato per il bere miscelato. Lo chef de cave Dominique Demarville, con il supporto di esperti mixologist, ha selezionato gli ingredienti capaci di dare un tocco esclusivo alla degustazione di Veuve Clicquot Rich: ananas, scorza di pompelmo rosa, cetriolo, sedano, peperone, tè, il tutto rigorosamente "on the rocks". Veuve Clicquot Rich è lo Champagne più versatile al mondo, studiato per permettere a tutti di creare la propria esperienza di degustazione.

cod 61283



ROYAL BLUE SKY POMMERY CHAMPAGNE... ON THE ROCKS

Royal Blue Sky è il nuovo gusto contemporaneo dello Champagne e deve essere servito in grandi coppe colme di ghiaccio. Diventa un nuovo modo di interpretare il brindisi, tra qualità e briosità. Di invitante complessità aromatica, Royal Blue Sky è fresco, vivace e intrigante. All'olfatto sviluppa note di fichi secchi e mandorle, leggere note di frangipani, millefoglie, miele, che si associano con eleganza a note di agrumi canditi e spezie. Dosato ma equilibrato nelle note fruttate, ruffiano ed affascinante, al palato esalta tutti gli spunti olfattivi, con sorprendenti note di mango e di confettura d'arancia amara, speziato, con un finale lungo e piacevolmente fresco.

Perfetto per la stagione estiva, per festosi aperitivi sulla spiaggia, in abbinamento ad appetizer, stuzzichini e snack. La temperatura di servizio consigliata è 8-10°C.

Royal Blue Sky Pommery è prodotto con uve Pinot Noir, Pinot Meunier e Chardonnay provenienti da 20 crus selezionati della Côte des Blancs e della Montagne de Reims. Il tempo di maturazione sui lieviti va dai 24 ai 30 mesi.

Lo chef de cave Thierry Gasco ha dato vita a un prodotto classico e innovativo, che si apre a un'esperienza di degustazione che si declina in occasioni di consumo in libertà. Libertà espressa dal colore della bottiglia, azzurra come il cielo. Un nuovo modo di celebrare il brindisi: briosità di alta gamma. cod 61277



BLANC DE BLANCS L'EMBLEMA DEL GUSTO RUINART

Chardonnay in purezza di diverse annate, Ruinart Blanc de Blancs è uno Champagne perfetto per l'aperitivo, in particolare in primavera o nella stagione estiva. Uno Champagne che attrae subito con il suo bellissimo colore giallo dorato pallido con leggeri riflessi verdi. È brillante e luminoso con un'effervescenza vivace e persistente. Al primo naso rivela una grande intensità, con note di frutta fresca, in particolare agrumi maturi. Al secondo naso si presentano note delicate di fiori e frutti bianchi (pesca bianca). Al palato è morbido, armonioso e di grande rotondità. La sua vinosità è senza eccessi, supportata da una freschezza intensa.

Ruinart Blanc de Blancs è un grande classico caratterizzato da una finezza aromatica unica. A tavola si abbina molto bene a frutti di mare e crostacei, ed è perfetto con una tartare di branzino o di orata. Anche una sogliola alla plancha è un connubio ottimale. cod 61285

Perlé Bianco Riserva 2009



Lo stile Ferrari sulle tavole estive

Ferrari Perlé Bianco 2009 nasce dall'**attenta selezione delle partite di Chardonnay** che gli enologi della Cantina ritengono **più vocate al lungo affinamento**

È un Trentodoc Riserva che seduce per la personalità versatile, appassiona per l'armonia e conquista per l'eleganza. Oltre otto anni sui lieviti gli conferiscono una raffinata morbidezza che si intreccia magistralmente con le note di sapidità e freschezza. Insieme al Perlé Rosé e al Perlé Nero, il Ferrari Perlé Bianco completa la gamma delle Riserve Perlé, diventando protagonista di questa trilogia che rappresenta l'essenza stessa dell'arte Ferrari nel produrre bollicine d'eccellenza.

Anche l'immagine della bottiglia, curata dallo Studio Robilant Associati, si presenta raffinata nei dettagli e perfettamente coordinata a Ferrari Perlé Rosé e Perlé Nero. Ne risulta una linea completamente rinnovata, vestita di un "nuovo nero" che accomuna le tre referenze, creando una collezione iconica e preziosa. L'elemento differenziante è la capsula: tre tinte diverse, arricchite da una trama in rilievo, che si ritrovano nella cornice dell'etichetta e della collaretta, espressione della sofisticata qualità del dettaglio.

L'esame visivo mette in evidenza una luminosa nota dorata brillante e accesa, attraversata da numerose finissime bollicine. L'esordio al naso colpisce per una raffinata freschezza agrumata che mette in risalto note di crema di limone, di ananas maturo, di coriandolo e di zenzero candito. Solo in seconda battuta si possono percepire ricordi legati alla lunga evoluzione sui lieviti, che si manifestano con un delicato riconoscimento di panificazione. In bocca è sferico, equilibrato e perfettamente bilanciato nelle sue componenti e va a sfumare dal palato con una lunga scia sapida donando ricordi di salina freschezza.

Uno spumante eccezionale che si presta in particolare ad essere servito come aperitivo. Ottimo anche a tutto pasto, si sposa elegantemente con crostacei cotti al vapore o alla griglia, piatti vegetariani, secondi a base di pesce, ma anche con insaccati come il culatello. La temperatura di servizio ottimale è di 6°C. cod 61289

Ferrari Trento
via Ponte di Ravina 15 - 38123 Trento
Tel 0461 972311
www.ferraritrento.com

Cuvée Extra Dry Villa Erica

Sensazioni floreali made in Italy



Al vertice del marchio **Villa Erica** c'è la **Cuvée, spumante realizzato con metodo Martinotti** che interpreta in **modo originale** una proposta legata alle bollicine italiane

Gli spumanti italiani rappresentano, senza ombra di dubbio, il principale volano di cui dispone la nostra viticoltura a livello mondiale, sia in termini produttivi ed economici, sia per la varietà, l'identità e la diversità a cui ogni nostro territorio nazionale è in grado di dare vita. In un mercato globale, sempre alla ricerca di novità da "scoprire", l'Italia vanta una possibilità di soddisfare le più svariate esigenze decisamente unica. Fondamentale sottolineare poi come la qualità delle nostre imprese sia cresciuta a dismisura negli ultimi anni.

Una spiccata personalità e una vivacità imprenditoriale tipica del patrimonio genetico italiano hanno permesso di affrontare un mercato in piena evoluzione, conquistando spazi sempre più importanti. Se è vero che il Made in Italy agevola di fatto le nostre produzioni a posizionarsi in determinati mercati, vero pure che disponiamo di grandi gioielli da far conoscere. Gioielli che dobbiamo tutelare e valorizzare, che dobbiamo assumere a modello virtuoso e dei quali dobbiamo essere orgogliosi, come produttori e come italiani. In questo vitale comparto, la Quattroerre Group di Torre de' Roveri (Bg) ha voluto interpretare il suo modo di produrre spumanti che, oltre al rispetto delle attese organolettiche da parte dei consumatori, potesse emozionare anche sotto il profilo della comunicazione. I vini di Villa Erica sono una manifestazione della tradizione italiana che coniuga genuinità, qualità e costo e rappresentano un'opportunità per gli operatori del settore Horeca. Il gusto schietto degli spumanti in bottiglia vuole soddisfare le esigenze dei consumatori che sono alla ricerca di quella freschezza semplice e immediata.



di Andrea Lupini

Prodotto da uve a bacca bianca, dal colore giallo paglierino tenue ma brillante, Cuvée Extra Dry ha un perlage vellutato. Profumo agrumato con sentori intensi di fiori a petalo rosa e dal bouquet fine e delicato, fresco e morbido. Al palato rivela sensazioni floreali e fruttate che si dispiegano con delicatezza in bocca con un finale armonico. Ben si abbina ad antipasti e primi dal sapore delicato; ottimo come aperitivo. Prodotto da una superficie di oltre 60 ettari di vocati terreni coltivati a vite nei pressi di Maserada sul Piave (Tv), sfrutta appieno le condizioni pedoclimatiche di questo lembo di territorio; la grava, ossia la ghiaia, è per antonomasia un terreno dove la vite trova le sue ideali condizioni di crescita dando ai suoi frutti sapori e profumi irripetibili. cod 61173

Quattroerre Group
via Marconi 1 - 24060 Torre de' Roveri (Bg)
Tel 035 580701
www.quattroerre.com

Marsuret, interprete autentico di una bellezza senza tempo



Il **massimo rispetto per il territorio** e la **valorizzazione** di **ciò che ha da offrire** sono i principi cardine della **filosofia Marsuret**, che da 83 anni guida il lavoro di ogni giorno in vigna e in cantina

Da generazioni tramandano conoscenze, tradizioni e una profonda passione che cresce stagione dopo stagione da quando Agostino Marsura acquistò il primo vigneto a Guia di Valdobbiadene (Tv), frazione dove ancora oggi ha sede la cantina. La produzione vinicola venne avviata al termine della seconda guerra mondiale con una prima produzione di vino frizzante a fermentazione naturale in bottiglia. Il fratello Giovanni, molto più giovane, continuò l'attività basandola su viticoltura e produzione di qualità, affinando le tecniche dalla cura del vigneto alle pratiche di cantina, con particolare attenzione alla selezione delle uve e alla loro valorizzazione.

Preziosi insegnamenti e grandi valori trasmessi a Ermes, figlio di Giovanni, nato e cresciuto tra i vigneti di collina e oggi a capo dell'azienda. Ermes ha dato vita a una notevole evoluzione, dall'adozione di particolari innovazioni nelle fasi di produzione alle nuove tecniche di lavorazione sempre più precise. Una nuova e fresca fase sbocciata nel 2012 con l'inaugurazione della nuova struttura e con la recente entrata in azienda dei figli Alessio ed Enrico, che insieme a tutto lo staff conducono una ricerca costante di miglioramento per un prodotto ineccepibile sotto tutti gli aspetti.

Azienda a ciclo chiuso dove il completo e rigoroso controllo dell'intera filiera produttiva, dal vigneto alla bottiglia, è condotto attentamente dalla famiglia. Arte tramandata di generazione in generazione, la viticoltura di collina porta con sé le tradizioni e le conoscenze di uomini che amano il lavoro manuale e la propria terra. Un legame inscindibile tra colline, uomo e arte che dà vita ad un'espressione autentica ed inimitabile.

60 ettari vitati frastagliati in 26 zone differenti e un'esperienza che conta ormai più di 80 vendemmie hanno portato Marsuret ad essere un marchio affermato in Italia e nel mondo. Interpretazioni differenti e profonde che valorizzano ogni sfumatura che il territorio concede, per ottenere sempre la massima espressione del Prosecco Superiore: dal "Rive di Guia", un brut deciso ed espressivo con 3 g/l di residuo zuccherino nato dagli aspri pendii delle colline di Guia, fino all'elegante "Cartizze", massima espressione nel cuore del Conegliano Valdobbiadene.

cod 59693

Marsuret
via Barch 17 - 31049
Guia di Valdobbiadene (Tv)
Tel 0423 900139 - www.marsuret.it



Montelvini rafforza il legame tra uomo e terra

Ad Asolo (Tv) il 30 maggio scorso si è tenuta la presentazione di "Alleati in vigna", progetto inedito di Montelvini, nato per raccontare al mercato italiano l'unicità e i valori della Cantina. L'azienda, con 138 anni di storia e una delle realtà vitivinicole più dinamiche nel panorama italiano, si è sempre distinta per un profondo senso di appartenenza al territorio e "Alleati in vigna", a partite da questo legame, vuole essere un modo molto personale della Cantina di Venegazzù di diffondere la cultura del vino. Un progetto di ampio respiro che ha coinvolto i principali attori del mondo Horeca per farne ambasciatori di Montelvini attraverso la diffusione e la conoscenza di un territorio e di un'eccellenza come la Docg Asolo Montello.

La giornata si è conclusa al Convento SS. Pietro e Paolo, complesso monastico benedettino addossato alla cinta muraria dove gli ospiti hanno potuto degustare le eccellenze locali interpretate dalla locanda Baggio di Asolo, il tutto annaffiato dalle bollicine più esclusive e raffinate di Montelvini quali l'Asolo Prosecco Superiore Docg Extra Brut, Brut ed Extra Dry. Tra le novità i cocktail targati Montelvini per stupire gli ospiti con creatività e gusto.

La mattina seguente l'attenzione si è spostata sul "Vigneto ritrovato", progetto che l'azienda ha avviato nel 2017 a testimonianza di questo legame con la terra. Si tratta del recupero di un'antica vigna nel centro storico di Asolo. Impiantato nel 1960, l'intera filosofia del progetto è guidata dal desiderio di recuperare la vigna con uno sguardo moderno, rispettando il delicato equilibrio tra uomo e ambiente, di cui il "Vigneto ritrovato" è la perfetta sintesi. Da qui è nata l'esigenza di coinvolgere un vero e proprio team di professionisti, fatto da architetti, docenti universitari, storici, istituzioni comunali ed esperti di viticoltura per portare il vigneto alla prima produzione che avverrà nel 2022.

In vista della piantagione delle prime barbatelle, gli ospiti hanno scelto il posto dove posizionare la propria e, per sottolineare ancora di più il messaggio che Montelvini vuole dare al concetto di "Alleati in vigna", ogni ospite ha dato il proprio nome alla pianta. Un modo simbolico per continuare a testimoniare questa forte alleanza tra uomo e terra.

Gli ospiti si sono poi riuniti a Villa Cipriani, dove è stato presentato in anteprima "Il Brutto Asolo Prosecco Docg Colfondo", prosecco rifermentato in bottiglia secondo la tradizione delle colline trevigiane, con i lieviti che si depositano, appunto, sul fondo.

Perché "Il Brutto"? Perché è un vino naturale, non filtrato per garantirne la genuinità. cod 61059

Montelvini
Via Cal Trevigiana 51 - 31040
Venegazzù di Volpago del Montello (Tv)
Tel 0423 8777 - www.montelvini.it

RAVIOLO APERTO
CON BACCALÀ E CODE DI SCAMPI

WWW.IFSE.IT

Ingredienti per 4 persone

Piatto realizzato dallo Chef Riccardo Marello

IFSE Culinary Institute

Per la pasta all'uovo		
Farina debole	g.	400
Olio Evo	g.	40
Uova intere	g.	250
Tuorli d'uovo	g.	100
Acqua	g.	60
Per il ripieno		
Baccalà dissalato	g.	140
Patate	g.	90
Code di scampi	g.	100
Aglio	g.	5
Prezzemolo rametti	n.	4
Salvia foglie	n.	4
Rosmarino rametti	n.	4
Timo rametti	n.	4
Cipolla rossa	g.	20
Vino bianco	g.	60
Per la salsa al pomodoro		
Polpa di pomodoro	g.	300
Cipollabionda	g.	20
Aglio	g.	5
Peperoni rossi	g.	40
Worcester	q.b.	
Sale e pepe bianco	q.b.	
Per la crema di fave		
Fave fresche	g.	400
Patate	g.	100
Scalogno	g.	40
Brodo di pollo	g.	200
Menta foglioline	n.	2
Pecorino romano	g.	15
Olio evo	g.	25
Sale, pepe bianco		
Per la salsa di crostacei		
Sedano	g.	25
Cipolla	g.	50
Concentrato di pomodoro	g.	10
Carote	g.	20
Carapaci di crostacei	g.	140
Vino bianco	g.	40
Timo, Maggiorana	q.b.	

Per la pasta all'uovo
All'interno di una terrina mettete tutti gli ingredienti, impastate fino ad ottenere un impasto liscio ma non troppo elastico, avvolgetelo con un foglio di pellicola e fatelo riposare in frigorifero per 30 minuti. Con l'aiuto di un mattarelo stendetolo dello spessore di 2 mm, ricavate dei quadrati che farete sbollentare in acqua bollente e successivamente raffreddati in acqua e ghiaccio. Metteteli in un contenitore chiuso ermeticamente.

Per il ripieno
Tagliate la cipolla a listarelle sottili, fatela rosolare in una pentola alta con lo spicchio d'aglio schiacciato e un filo di olio e.v.o., unite un bouquet garni ricavato con le erbe aromatiche a disposizione, fate insaporire. Aggiungete il baccalà tagliato a tocchetti, fate rosolare a fiamma vivace e sfumate con il vino bianco, fate evaporare completamete, aggiungete la patate tagliate in brunoise piccola, coprite con la salsa di crostacei preparata in pecedenza e fate cuocere per 20 minuti coperto. Togliete il coperchio e fate evaporare completamente il liquido di cottura, tenete in caldo.

Per la salsa al pomodoro
In una pentola alta fate rosolare con un filo d'olio e.v.o. la cipolla tritata finemente, l'aglio schiacciato e i peperoni tagliati a cubetti piccoli, aggiungete la polpa di pomodoro e fate cuocere per 15 minuti. Al termine togliete dal fuoco insaporite con sale e pepe e la salsa worcester, fate raffreddare e passate la salsa in un setaccio a maglia fine, scaldate 1 decimo della salsa con della maizena diluita con acqua fredda, fate addensare e unite immediatamente il resto della salsa fredda, tenete da parte.

Per la crema di fave
In una pentola inserite lo scalogno tritato con un filo di olio e.v.o, lasciate soffriggere per pochi istanti, aggiungete le patate tagliate a cubetti e le fave private dalla pelle, lasciate insaporire a temperatura moderata per due minuti, quindi aggiungete il brodo e portate a cottura. Mettete tutto in un frullatore a bicchiere, incorporate le foglie di menta tritate ed il pecorino grattugiato, frullate fino ad ottenere una purea, passate il tutto con un colino a maglia fine e regolate di sale e pepe.

Per la salsa di crostacei
Tagliate le verdure a cubetti piccoli. Fatele rosolare in una casseruola con olio e.v.o. e aggiungete i crostacei pestati, sfumate con il vino bianco e aggiungete il concentrato di pomodoro, ricoprite con acqua fredda. Aggiungete un mazzetto con le erbe aromatiche e lasciate cuocere per 20 min. Frullate tutto con un frullatore a bicchiere e filtrate con un colino a maglia fine. Usate all'occorrenza.



Fotografie e Grafica: Pisano Saverio IFSE Culinary Institute

Vini d'Abruzzo, il salto di qualità Export 2018 in crescita del 6,4%

di *Alberto Lupini*



I vini d'Abruzzo escono allo scoperto e svelano le proprie qualità ad addetti ai lavori e alla stampa per un futuro che si confermi in crescita sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. Un appuntamento, quello organizzato dal Consorzio di Tutela dei Vini d'Abruzzo, che si è svolto per la prima volta quest'anno, a fine maggio, e che vuole essere una sorta di "numero zero" in vista di successive edizioni.

Un'idea di promozione e comunicazione sicuramente valida, utile anche fare il punto della situazione sullo stato di salute dei vini abruzzesi. «È uno stato di salute buono con un trend crescente - ha detto il presidente del Consorzio, **Valentino Di Campli** - l'anno 2018 l'abbiamo chiuso in crescita sui mercati esteri, con un +6,4% rispetto ad un +3,3% di media nazionale. Siamo andati bene anche in Italia, nella Gdo, dove il nostro Montepulciano d'Abruzzo è il terzo vino più venduto ed è l'unico tra i primi 10 ad avere avuto nel 2018 un trend positivo».



Valentino Di Campli

In Abruzzo sono 32mila gli ettari vitati. Di questi, metà sono composti da Montepulciano, mentre il restante 50% è suddiviso tra altri vitigni, soprattutto a bacca bianca. Il 95% dei vitigni è autoctono, il 5% internazionale. Ogni anno da qui vengono prodotti 3 milioni di ettolitri nelle quattro province: L'Aquila è quella che contribuisce in minor misura, Chieti quella che invece produce di più.

Numeri importanti che permettono ai vini abruzzesi di guardare all'estero con personalità. Più del 50% della produzione finisce fuori dai confini italiani. Nell'ultimo anno il fatturato proveniente dall'esportazione ha raggiunto quota 180 milioni di euro, trend crescente che prosegue ormai da diversi anni.

Inoltre il 35-40% del vino prodotto viene riconosciuto come Doc e Igp d'Abruzzo; il restante 60% oggi non è riconosciuto come produzione a denominazione, ma garantisce comunque la qualità nel momento in cui viene venduto, sfuso, a imbottigliatori di altre regioni.

«Il ruolo della cooperazione - spiega il presidente - è fondamentale: da qui proviene infatti oltre l'80% della produzione regionale. Una cooperazione che da anni si è evoluta verso una produzione di qualità con caratteristiche di distintività tra i vari territori. Quello di cui oggi c'è bisogno per valorizzare i prodotti della cooperazione, e non solo, è quello di aggiornare i disciplinari di produzione per fare in modo che questo prodotto possa essere rivendicato come prodotto d'Abruzzo». cod 61213

Per informazioni: **www.vinidabruzzo.it**



LA GIOVENTÙ DI FONTEFICO VENTATA DI NOVITÀ DA 2 FRATELLI

Fontefico è un'azienda familiare, ma molto giovane. Ad avviarla sono stati due anni fa i fratelli **Emanuele** e **Nicola Altieri**. Siamo a Vasto (Ch) in un antico podere da 15 ettari che la famiglia ha rilevato 22 anni fa. I vigneti vengono coltivati a un centinaio di metri d'altitudine e si affacciano sul Golfo di Vasto godendo di profumi e sapori provenienti dal mare. «La nostra intenzione - spiegano i fratelli - è quella di riuscire a mettere in ogni bottiglia un pezzettino del nostro territorio e portarlo in giro per il mondo».

L'azienda produce 40mila bottiglie l'anno (il 60% è Montepulciano d'Abruzzo, base e riserva; un 30% invece è per vini bianchi fra cui spicca il Pecorino; nel resto la prevalenza è del Cerasuolo) e ne esporta più del 60% in 12 Paesi del mondo. L'azienda punta forte sulla caratterizzazione del singolo vitigno e sulla personalizzazione dei vini. Spicca, a questo proposito, un Cerasuolo del 2011 che, nonostante l'invecchiamento, ha saputo - non senza sorpresa - mantenere una freschezza tale da renderlo molto gradevole.

«Abbiamo deciso di lavorare un po' di più sull'azienda e così il prezzo dei vini sale - spiegano i fratelli - ma resta comunque contenuto. Sono vini che si possono comprare in cantina tra i 10 e i 20 euro a bottiglia. Poi ci sono anche le annate più vecchiotte per togliersi qualche sfizio. Noi non pensiamo che il Montepulciano d'Abruzzo debba limitarsi ad essere vino da pronta beva, ma che possa essere degustato con risultati molto positivi anche dopo 6 anni». cod 61127

LA SAPIENZA DEGLI JASCI PRECURSORI DEL VINO ABRUZZESE



A Vasto (Ch) la famiglia Jasci produce vino dagli anni '60, da quando Pasquale iniziò l'attività con la moglie Maria. Oggi è il nipote, **Donatello Jasci**, a portare avanti la tradizione. In mezzo, è toccato alla generazione del figlio di Pasquale - Giuseppe con la moglie Irma - che nel 1980 ha dato la svolta all'azienda puntando fortissimo sul biologico. Jasci produce 650mila bottiglie ogni anno, il 70% della sua produzione è a base di Montepulciano e si completa con Cerasuolo e Trebbiano. L'attenzione al bio e alla sostenibilità non si ritrova soltanto nei vini, ma anche nel modo di gestire l'azienda. L'attività riesce ad essere autosufficiente per l'80% del fabbisogno energetico. cod 61122



DI SIPIO, VINO DI QUALITÀ FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Una tenuta che si estende su 70 ettari, di cui la metà vitati, a 300 metri di altitudine, tra le vette della Maiella e il mare Adriatico. Siamo a Ripa Teana, in provincia di Chieti, ed è qui che ha sede l'Azienda vinicola Nicola Di Sipio. Una cantina che punta sull'abbinamento tra i vitigni autoctoni e quelli innovativi per il territorio. «Fin dall'inizio - spiega **Giulia Di Sipio** - abbiamo sposato l'idea che fare vino fosse la tradizione di una storia, di un territorio, di una cultura con la sperimentazione e l'audacia di chi lo produceva. Come famiglia abbiamo sempre prodotto un po' di vino, poi ci è voluta audacia da parte di mio zio nel volersi lanciare in questo progetto e riqualificare un territorio da sempre a noi caro».

Circa 6.250 piante per ettaro, con una produzione media di 70 quintali, circa 200mila bottiglie: questi i numeri dell'azienda che, pur avendo investito molto sulla riqualificazione della struttura, tanto da essere considerata una delle più innovative, ancora oggi si affida alla raccolta manuale delle uve. cod 61241

Pinot nero TWC
La sfida di Hans Terzer



La "The Wine Collection" si tinge di rosso: dopo due Sauvignon blanc, per la prima volta un vino rosso - un Pinot nero del 2015 - entra nell'esclusiva linea dei vini top della Cantina San Michele Appiano. Pregiato e ineguagliabile quanto difficile e intemperante, il Pinot nero, il più nobile dei vitigni borgognoni, ha rappresentato per il winemaker **Hans Terzer** una vera sfida: «Sono sempre stato affascinato - afferma - dalla Borgogna, dal Pinot noir, da questo vitigno dal carattere difficile come quello di una diva. Ogni enologo vorrebbe misurarsi con un grande Pinot, perché è una sfida che non ammette decisioni sbagliate. Ho atteso 20 anni prima di decidere di selezionare una micro-partita in due aree molto vocate. Volevo dimostrare che un Pinot nero importante si può produrre anche in una zona abbastanza giovane e ancora non riconosciuta come meriterebbe».

A San Michele-Appiano vi sono oltre 30 ettari di Pinot nero sui 385 totali, in crescita, e a detta di Hans Terzer tutti gli impianti in patria, in parte ancora giovani, dovrebbero dare grandi risultati in futuro. Le uve selezionatissime che compongono il Pinot Noir Riserva TWC provengono da due distinti vigneti della parte settentrionale dell'Oltradige, "Rungg" Cornaiano e Appiano Monte, zone vocate e con un microclima che permette al Pinot nero di esprimersi al meglio. La qualità eccellente è ottenuta anche attraverso il lavoro attento e scrupoloso da parte dei viticoltori: «Il Pinot nero è un vitigno che vuol essere quasi coccolato; ha frutti a buccia sottile, molto fragile, che devono essere portati in cantina nel modo più sano. Grazie ai piccoli poderi gestiti dalle famiglie che da secoli lavorano in vigna, abbiamo la garanzia di risultati eccellenti».

Dal bel colore rosso rubino, il Pinot Noir Riserva TWC restituisce all'olfatto un immediato richiamo alla gamma dei frutti di bosco, in particolare a bacca nera, come mora, mirtillo e ribes, per poi aprirsi a sensazioni muschiate, resinose e finanche fungine. Al palato si esprime con una beva sontuosa, calda, quasi masticabile e totalmente avvolgente, con un finale abbastanza persistente e aromatico. La vinificazione avviene con preliminare macerazione a freddo in contenitori di acciaio inox. Segue la fermentazione a temperatura controllata per circa 20 giorni con diverse follature soffici. I vini vengono poi affinati in barrique/tonneaux per 12 mesi, poi passano in botti da 12 hl. L'imbottigliamento si riferisce ad appena 3.300 bottiglie in tutto.

In merito ai cambiamenti climatici che hanno interessato negli ultimi tempi gran parte dei dibattiti sul futuro del vino e che, in un certo senso, potrebbero interessare proprio la coltivazione del Pinot nero, Hans Terzer si mostra sereno: «In vista dell'innalzamento delle temperature, stiamo salendo in quota con i nuovi impianti. Alcuni sono stati collocati a 650 metri di altitudine. In zona Appiano Monte, inoltre, è presente un'escursione termica favorevole, con la discesa di venti freddi durante la notte dal massiccio della Mendola». cod 60940

Cantina San Michele Appiano
via Circonvallazione 17-19 - 39057 Appiano (Bz)
Tel 0471 664466 - www.stmichael.it

Il Cipresso

Tradizione e innovazione nell'arte del vino



di *Roberto Vitali*

Per l'azienda di Scanzorosciate (Bg) la vendemmia 2018 ha significato il passaggio definitivo alle normative bio, il che rende ancora più preziosi i suoi vini Doc e Docg. Dal 2003 l'Azienda agricola Il Cipresso, sulle soleggiate colline a un tiro di schioppo da Bergamo, continua ad investire nell'innovazione, ma con un occhio sempre puntato alla tradizione vinicola. «La nostra - afferma Angelica Cuni, titolare de Il Cipresso con il marito Alfonso - è un'azienda di medie dimensioni, nella quale abbiamo deciso di investire perché riconosciamo l'unicità del terreno in quel di Scanzorosciate; siamo convinti che i vini di questo splendido angolo della Bergamasca siano destinati all'eccellenza e i continui riconoscimenti lo confermano».

Il Cipresso ha sede in una villa colonica del 1600 finemente ristrutturata, immersa tra i vigneti. Nei 7 ettari di vigneto vengono coltivate pregiate uve. Il Cipresso è l'unica azienda bergamasca che produce vini con tutte e tre le denominazioni di origine del territorio: Valcalepio Doc, Terre del Colleoni Doc e Moscato di Scanzo Docg.

«Nel 2014 - prosegue Angelica - abbiamo allineato la produzione agricola alle normative bio, processo di transizione che si è concluso nel 2018 con la prima vendemmia 100% bio certificata. Al Vinitaly abbiamo presentato i primi vini biologici: i bianchi Faustino (Incrocio Manzoni Terre del Colleoni Doc) e Melardo (Valcalepio Bianco Doc). Nel 2020 sarà pronto il rosso bio Dionisio, Valcalepio rosso Doc, nel 2021 Serafino, Moscato di Scanzo Docg, e nel 2022 Bartolomeo, il nostro Valcalepio Rosso Riserva Doc, frutto anch'essi della stupenda vendemmia 2018».

Fiore all'occhiello tra i vigneti è quello storico di Moscato di Scanzo, piantato da oltre 30 anni: si ottengono uve di altissima qualità, passite e poi delicatamente vinificate per ottenere il prezioso Moscato di Scanzo Docg, antico vino passito da vitigno autoctono, la cui peculiarità è l'essere un Moscato a bacca rossa. La nuova ampia cantina del Cipresso, inaugurata a fine 2017, comprende uno spazio espositivo per l'assaggio e l'acquisto di vini e confezioni regalo.

Oltre ai vini già citati, l'azienda produce Alberico (spumante dolce rosso da uve Moscato di Scanzo) e Celestino (Spumante Brut millesimato Terre del Colleoni Doc, metodo Classico da uve Chardonnay e Incrocio Manzoni). Dalle vinacce di Moscato di Scanzo si ottiene la grappa Matilde, con tutti gli aromi del pregiato Moscato rosso. Antonia è la versione affinata in barrique. Prossimamente verrà presentato Giustino, un nuovo vino bianco fermentato e affinato 24 mesi sui lieviti in piccole botti di rovere francese. Un vino particolarmente pregiato, la cui produzione è limitata a sole 1.000 bottiglie. cod 60902

Il Cipresso
via Cerri 2 - 24020 Scanzorosciate (Bg)
Tel 035 4597005 - www.ilcipresso.info







POKER



“ chi ha il gusto della tradizione, sa di che pasta siamo fatti...”

tutta un'altra pasta....



Albano Sant'Alessandro (Bg)
Tel. 035 581454 - fax 035 4521327

e-mail : info@raviolificiopoker.it
www.raviolificiopoker.it

Castello Montauto e Val delle Rose L'anima fresca di Cecchi

Dopo oltre 125 anni di storia, la realtà di Cecchi comprende oggi 6 aziende tra Toscana e Umbria. Dalla storica Villa Cerna a Villa Rosa nel comune di Castellina in Chianti nella Docg del Chianti Classico, passando per Alzatura a Montefalco in Umbria con il Sagrantino, Montalcino per il Brunello e poi Castello Montauto a San Gimignano e Val delle Rose in Maremma. Sono queste ultime due aziende che rendono protagonisti nei ristoranti delle vacanze (e non solo) i propri vini bianchi rispettivamente con la Vernaccia di San Gimignano e con Litorale e Cobalto Val delle Rose.



La Vernaccia di San Gimignano Castello Montauto è un vino Docg 90% Vernaccia e 10% Chardonnay. La vinificazione è in bianco con macerazione prefermentativa a freddo e un affinamento di almeno 3 mesi in bottiglia. Il risultato è un vino di profumo fine, intenso al gusto, che si rivela equilibrato con una giusta acidità e persistenza, caratteristiche che lo rendono ideale per risotti, piatti a base di pesce e formaggi.

Val delle Rose significa vigneti per circa 200 ettari nel cuore della Maremma. Interessante la visita alla cantina di oltre 4mila m^2, oggi dotata della tecnologia più avanzata. È da questa realtà che nasce Litorale, un bianco ottenuto da uve Vermentino che interpreta perfettamente il territorio da cui proviene. Ha un profumo fruttato molto intenso mentre al palato si evidenzia un'importante nota aromatica unita ad una piacevole persistenza. Particolarmente indicato sul pesce, è ideale anche come aperitivo. Anche Cobalto è un Vermentino, ma con una particolare e originale vinificazione: il 50% fermentato in legno, il 34% in anfora e il 16% in acciaio. Importante è la sua maturazione perché per 10 mesi rimane a contatto con i propri lieviti nei diversi contenitori. Il risultato è un grande vino bianco di colore intenso, con un'eccellente brillantezza. L'intreccio fra le note fruttate della parte fermentata in acciaio e la sapidità e mineralità conferite dall'anfora si esaltano in maniera magistrale con le note finemente tostate del legno, fino a confluire in un'esplosione di erbe aromatiche che richiamano la complessità della macchia mediterranea. cod 60945

Famiglia Cecchi
località Casina dei Ponti 56 - 53011
Castellina in Chianti (Si) - Tel 0577 54311
www.famigliacecchi.it





VitignoItalia chiude con il botto Oltre 18mila le presenze

Chiude con un importante successo di pubblico la **15ª edizione di VitignoItalia** che si è tenuta a **Castel dell'Ovo (Na)** dal 19 al 21 maggio: **più di 18mila gli enoappassionati e operatori presenti**

Il Salone dei vini e dei territori vitivinicoli italiani si conferma una delle manifestazioni a tema più interessanti a livello nazionale: 280 aziende vinicole da tutta Italia; oltre 2.500 etichette in degustazione; 30 buyer internazionali e 5 giornalisti esteri in veste di ospiti speciali; una quindicina di incontri tra degustazioni guidate, presentazioni, convegni e momenti conviviali; circa 30 relatori.

«È stata un'edizione più che positiva - spiega **Maurizio Teti**, direttore di VitignoItalia - ciò significa che il format proposto dal salone si è dimostrato più vincente che mai, insieme all'indiscussa qualità diffusa tra i banchi d'assaggio e al fascino esercitato dalle degustazioni all'interno di Castel dell'Ovo».

VitignoItalia 2019 è stato contrassegnato dalla nuova partnership con CSR-Med, il Salone mediterraneo della responsabilità sociale, e dal lancio del progetto PRess4Wine, che ha debuttato con due riconoscimenti: il Premio speciale "Comunicare la Responsabilità, la Responsabilità di comunicare", conferito al Gruppo Mezzacorona, e il Premio VitignoItalia per l'innovazione responsabile. Tre le categorie previste da quest'ultimo: nella sezione "Capitale Umano" a distinguersi è stata l'azienda Mastroberardino per la spiccata attenzione verso i rapporti con i propri stakeholder e la capacità di soddisfare le loro aspettative con azioni concrete; per la categoria "Ambiente" ha brillato la siciliana Firriato, tra le prime a porsi l'obiettivo di annullare la sua impronta di gas serra con il progetto Impatto zero; per la sezione "Territorio" è stato il sindaco di Guardia Sanframondi, Floriano Panza, a primeggiare in veste anche di coordinatore di Sannio Falanghina Città Europea del Vino 2019.

Sul fronte dei concorsi - oltre alla 3ª edizione di Napoli Wine Challenge (*vedi articolo* cod 60927) - si è svolta la competizione targata Ais Campania per il titolo di "Miglior Sommelier della Campania 2019", conquistato da Luigi Salvatore Scala dell'Ais di Napoli, e quella annuale per "Emergente Sala - Selezione Sud", in cui si sono qualificati per la finale (che si terrà ad ottobre 2019 a Roma) Giuseppe Zuottolo, junior assistant restaurant manager de L'Olivo Gourmet Restaurant ad Anacapri (Sa), e Alessandra Quattrocchi del ristorante Modì a Torregrotta (Me). cod 60999

L'ITALIA DEL VINO

Valpolicella, intensa ed elegante

La fortuna di questo territorio è proprio la capacità di riuscire a imbottigliare vini realizzati con scelte stilistiche completamente diverse tra loro

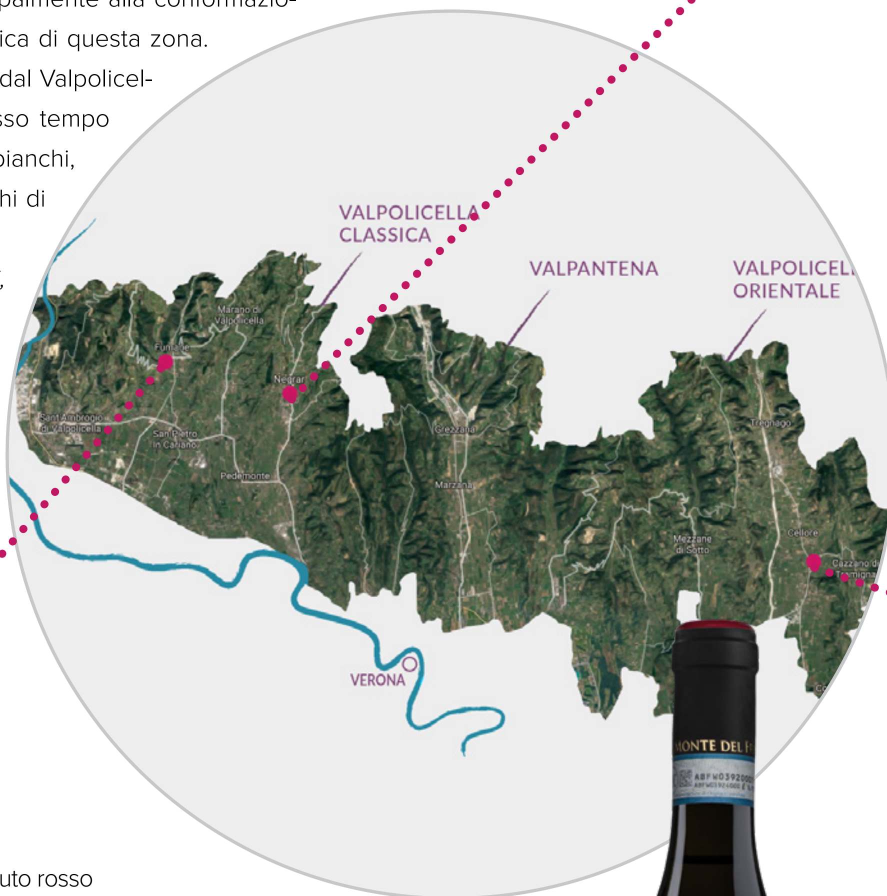


di Eros Teboni
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

Cominciando dall'eleganza, passando per la potenza e terminando con l'intensità. Questa condizione così variegata è dovuta principalmente alla conformazione terrena e alla fascia climatica di questa zona. È famosa per i suoi vini rossi, dal Valpolicella all'Amarone, ma è allo stesso tempo in grado di produrre grandi bianchi, molto espressivi quando abbinati a piatti ricchi di sostanza.

I piatti in abbinamento sono di Tina Marcelli, cuoca del Feuerstein di Brennero (Bz).

cod 61159



Valpolicella Ripasso Classico Superiore – Monte del Frá

Vitigno: Corvina 80%, Rondinella 20%
Consumo: dal 2019 al 2029
Forma di allevamento: pergola
Gradazione alcolica: 14%
Prezzo medio: 30 euro
Abbinamento consigliato: Filetto di cervo con crauto rosso



Ottimo vino qualità/prezzo, pigiadiraspatura soffice e fermentazine alcolica in acciaio con follature giornaliere; a fine fermentazione alcolica entra in contatto con le bucce dell'Amarone; dopo una seconda fermentazione e la malolattica viene messo ad affinare per 18 mesi in botte di rovere francese da 30 hl. Classico rosso rubino intenso, affiancato da intensi profumi di ciliegie e prugne mature, parte speziata presente, dal pepe alla cannella. In bocca secco e di grande intensità, corposo e armonico, grandi tannini e buona acidità.



Amarone della Valpolicella Classico Riserva Mater – Domini Veneti





Vitigno: Corvina, Corvinone e Rondinella
Età del vigneto: da 20 a 25 anni
Consumo: dal 2019 al 2045
Forma di allevamento: pergola veronese
Prezzo medio: 95 euro
Gradazione alcolica: 16,5%
Abbinamento: Agnello, risotto al rosmarino

Riserva Mater è sicuramente un Amarone che non si ha la possibilità di bere tutti i giorni. Un prodotto di nicchia. Viene fatto solo nelle annate in cui l'uva raggiunge il massimo della qualità possibile, fino ad ora: 1990, 1995, 1997, 2000, 2003, 2004, 2008, 2010, 2011. Vendemmia a fine settembre e 130 giorni di appassimento, fermentazione e macerazione per 35 giorni, dei quali 15 a freddo; 3 follature al giorno. Il colore è granato profondo, il profumo molto intenso e con un grande spettro aromatico. Molto complesso, varia da leggere note eteree e speziate alla frutta rossa secca, prugna e ciliegie in primo piano. Vaniglia e tabacco presenti, anche se in forma molto lieve. In bocca un grande corpo e dei tannini molto dolci, grande morbidezza e ampiezza sul palato. Acidità e alcol presenti ma non invadenti, vino di grande eleganza.

Valpolicella Superiore 2015 – Ferragú

Vitigno: Corvina 75%, Rondinella 10%, Croatina 10%, Oseleta 5%
Gradazione alcolica: 16%
Età delle viti: 18 anni
Consumo: dal 2019 al 2035
Forma di allevamento: guyot
Prezzo medio: 35 euro
Abbinamento : Anatra, plinis, patate dolci



L'equilibrio tra intensità ed eleganza di questo vino sarà il fattore che vi colpirà maggiormente! Dopo 40 giorni di appassimento avviene la fermentazione seguita da una maturazione di due anni in legno francese e americano. Un'esplosione di frutta e legno, elementi combinati molto bene tra loro, ciliegia e prugna matura accompagnate da note di cacao, tabacco e vaniglia. In bocca una buona acidità e una grande quantità di tannini, tanti ma di buona qualità. Vino molto esplosivo e scenico, di grande lunghezza, per la sua classificazione ci si aspetterebbe un "peso piuma", ma è proprio dopo l'assaggio che si rimane sbalorditi per tale potenza.



Strada del Vino Valcalepio
Intesa per la promozione turistica



Giorgio Lazzari, Davide Casati, Enrico Rota, Paolo Malvestiti, Matteo Lebbolo, Alessandro Colletta, Cristian Vezzoli, Nadia Poli, Olisse Viscardi

La **Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori Bergamaschi** ha sancito ufficialmente **il piano di attività per l'anno 2019** all'insegna di una **promozione turistica a sfondo vitivinicolo e agroalimentare territoriale a 360°**

L'Associazione bergamasca rappresenta ormai un punto di unione e di contatto per il maggior numero di realtà, dai Comuni della provincia di Bergamo ai produttori di vino e prodotti tipici tradizionali. Durante l'assemblea generale, tenutasi presso la sede legale alla Camera di commercio di Bergamo, è stato esposto il lavoro effettuato per la prima fase di aggregazione.

Sostanziale il rapporto con Regione Lombardia, grazie all'assessore all'Agricoltura Fabio Rolfi e all'assessore al Turismo Lara Magoni, con il Consorzio Tutela Valcalepio e con la Strada del Moscato di Scanzo e dei sapori scanzesi. Fondamentali alleanze poi, sono state strette con diverse amministrazioni comunali quali Bergamo, Castelli Calepio, Grumello del Monte, Mozzo, San Paolo d'Argon, Scanzorosciate, Seriate, Orio al Serio, Torre de' Roveri e Trescore Balneario.

Se la Provincia di Bergamo è tornata ad essere protagonista, la collaborazione con le varie associazioni territoriali è risultata determinante. Il segretario Giorgio Lazzari ha presentato le attività a cui La Strada ha partecipato o



di Enrico Rota

parteciperà a breve: missione istituzionale a Ludwigsburg in Germania, presenza alla Borsa internazionale del turismo di Milano, missione istituzionale al Parlamento Europeo a Strasburgo, partecipazione a Identità Golose, intervento al convegno Uniacque, sottoscrizione della Urban Food Policy, collaborazione con Visit Bergamo e con il Mercato della Terra, senza contare i molteplici eventi sul territorio, nonché la presenza a Vinitaly 2019 e alla Fiera Italian Food and Beverage di Singapore il 19-20 giugno.

L'evento clou è sicuramente Serendipity Wines, il concorso enologico internazionale che si è svolto nella provincia di Bergamo dal 16 al 19 maggio scorsi. Aver messo in capo alla Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca l'organizzazione della manifestazione rappresenta a tutti gli effetti un'intuizione assai lungimirante: oltre a promuovere il territorio e i suoi vini, si sono messe sotto i riflettori internazionali anche le altre produzioni agricole lombarde. Parte ora la seconda fase che prevede una progettualità di percorsi integrativi ai tre dedicati al vino.

Per ulteriori informazioni, scrivere a **info@stradadelvalcalepio.com**.

cod 61169

BEN...BEVUTI AL SUD

Dei Principi di Spadafora

Nei vini tutta la nobiltà siciliana



di Gianni Paternò

Dei Principi di Spadafora non è tanto per dire in quanto Francesco Spadafora è proprio un principe. La sua famiglia risale al XIII secolo e con alterne vicende le loro tenute sono arrivate al padre Don Pietro che si dedicò anche ai vigneti. Siamo in territorio di Monreale e Camporeale, nei 100 ha vitati ci sono Syrah, Grillo, Catarratto, Nero d'Avola e altri, coltivati biologicamente, facendo di tutto per raggiungere l'ottimo a cominciare dalle rese, in media soli 45 q/ha. La produzione è di 250mila bottiglie. Quasi tutti i vini fanno lunghi affinamenti.

Degustiamo 2 vini. Schietto Nero d'Avola 2013 è un cru che affina in botti e in acciaio per 2 anni e il resto in bottiglia. Ha colore rubino carico, un naso spazioso, intenso e fine di amarene, lamponi, cacao, liquirizia, spezie, balsamo, macchia mediterranea e tanto altro; palato strepitoso, strutturato ed armonico, tannini splendidi, vivace acidità, retro lungo, finale amarognolo. Più che abbinarlo con carne, godiamolo in salotto tanto è buono.

Siriki Grillo 2015 è un macerato quasi ancestrale reso moderno e longevo con tanta tecnica e 2 anni di sperimentazione. Fa solo cemento e acciaio. Colore ambra quasi bronzeo, olfatto inizialmente fresco di frutta matura; bocca che si evolve dal morbido al minerale con un fondo di tannini che la arricchisce. Un vino capace di affrontare pesci e formaggi stagionati. cod 61262



LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

Wildbacher Brut Rosè

L'aperitivo di Col Sandago



di *Piera Genta*

Tutta questione di "Prospettiva" e di colore. Il filo conduttore della nuova decorazione della linea spumanti di Col Sandago prende spunto dal dipinto Prospettiva 1 di Martino Zanetti. Si tratta di un acrilico su tela di sacco di juta montata su legno del 1996. Le linee astratte sono state stilizzate e riportate in rilievo ad abbracciare l'intera superficie della bottiglia. In basso, come in un quadro, la firma incisa dell'autore; il colore, filo conduttore nelle opere di Zanetti, viene ripreso nel fucsia del materiale che copre la chiusura e sulla preziosa lamina che riporta nome del vino e marchio aziendale e serve da etichetta.

Martino Zanetti, oltre ad essere pittore e musicista, è un noto imprenditore del gruppo Hausbrandt di cui fa parte Col Sandago, nel cuore della Docg Prosecco superiore Conegliano Valdobbiadene.

Unico non solo il packaging, ma anche il vino ottenuto da uve Wildbacher in purezza. Sono tre ettari e mezzo di una vigna unica, un vitigno a bacca rossa originario in Austria, nella Stiria Occidentale giunto in Italia agli inizi del XIX secolo nelle colline trevigiane a Pieve di Soligo nella Marca Trevigiana dove ha saputo arricchirsi di caratteristiche che oggi ci permettono di apprezzarlo nella forma spumantizzata. Metodo charmat dalla brillante gradazione rosata, sapore asciutto con richiami ai petali di rosa ed alle fragoline di bosco. Aperitivo ideale, da provare anche con crudi di pesce marinato. cod 61256

DEJÀ BÙ

Simply The Best

Sette assaggi degni di nota





di Guido Ricciarelli

Chi scrive, come noto, non fa mistero di annettere estrema importanza alla comparazione dei punteggi delle Guide come elemento di validazione dei vini meritevoli di attenzione. Su questo presupposto mi sono approcciato con curiosità ad una degustazione basata su un criterio oggettivo che ha radunato 51 cantine caratterizzate dal conseguimento di almeno 3 giudizi di eccellenza dagli annuari di settore.

Simply The Best è andata in scena lo scorso 25 febbraio nella suggestiva cornice del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano. Il Salone delle Cavallerizze ha ospitato il wine tasting organizzato impeccabilmente da Civiltà del Bere registrando il meritato apprezzamento da parte dell'esigente pubblico meneghino. Molti i produttori che si sono personalmente occupati della somministrazione dei vini (altro elemento che qualifica la riuscita di un evento) e numerose le etichette di spicco.

Stringo, a fatica e per esigenze di spazio, il mio personalissimo "The Best" di questi magnifici 7 assaggi. Parto, in rigoroso ordine alfabetico, con la B di Bertani Domains, protagonista con il suo Amarone della Valpolicella Classico 2010. Un vino esemplare per la sua capacità di essere deciso e suadente al tempo stesso, oltre che di inattesa agilità per la tipologia. Gianfranco Fino ha conquistato la scena con il Primitivo di Manduria Riserva Es 2014. Tiratura bonsai dai ceppi più vecchi che massimizza ricchezza e tensione rendendo possibile l'apparente conciliazione degli opposti.

Con Masi Agricola riprendiamo la via dell'Amarone della Valpolicella Classico (in questo caso riferita al Mazzano 2011). Anche in questo caso la solidità della struttura non lascia spazio a ridondanze grazie al bilanciamento dato dall'acidità che esalta la componente speziata del vino. È ora la volta di uno splendido bianco, il Fiano di Avellino Stilèma 2015 di Mastroberardino. La scia sapida, la corrente di sapore anche agrumato e ammandorlato che lo attraversa goccia a goccia, valgono l'assaggio rendendolo letteralmente irresistibile.

Si vira per Bolgheri con l'Ornellaia 2015 dell'omonima Tenuta. Annata delle meraviglie per un rosso a trama fitta e progressiva che introduce verso un finale poderoso eppur di estrema eleganza. Tasca d'Almerita ha presentato il suo vino-bandiera (Contea di Sclafani Rosso del Conte) nella versione 2014. Superando di slancio i pregiudizi sull'annata per intensità e raffinatezza, inebria il palato per la sua fresca balsamicità. Chiusura con il botto per Venica&Venica ed il suo trascinante Collio Sauvignon Ronco delle Mele 2017. Strepitoso per lunghezza ed armonia, sciorina il repertorio di analogie classiche del vitigno senza eccessi, all'insegna della continuità gustativa. cod 61258

UN VITIGNO AL MESE

Pampanaro, autoctono laziale raro, antico e intrigante

di *Piera Genta*

Pampanaro è un autoctono laziale iscritto nel Registro nazionale delle varietà di vite da vino nel 2010. Poco quindi si conosce di questo vitigno, e pochissimi sono i produttori che lo propongono. L'areale di coltivazione, alquanto ampio sino alla prima metà del secolo scorso, si estendeva a sud di Frosinone. L'avvio di questa pratica pare si debba ad Etruschi e Greci e la vite ha continuato ad avere un ruolo centrale nell'economia agraria della regione. A testimoniarlo sono documenti dell'epoca, nonché gli archivi dei tanti monasteri che ancora sorgono nella zona. Le prime notizie certe della coltivazione sono riportate nel censimento delle risorse agricole (Atti dell'Inchiesta Parlamentare sullo stato dell'agricoltura del neonato Regno d'Italia 1877-1884) e nel Bollettino Ampelografico del 1879.

I terreni che predilige sono sciolti, calcarei ed asciutti, ben esposti sulle colline Ciociare. Un tempo le viti erano allevate ad alberata o maritate a tutori vivi. Oggi la forma di allevamento è la spalliera semplice.

Normalmente vinificato in purezza, viene ammesso nelle Indicazioni Geografiche Tipiche Frusinate, Civitella d'Agliano, Colli Cimini e Lazio. Si ottiene un vino di colore giallo paglierino, dall'olfatto intrigante con gli stessi terpeni del Traminer aromatico, gli aromi si orientano su litchi, rosa e pompelmo. Buona struttura e persistenza con chiusura leggermente balsamica. Purtroppo queste bottiglie sono prodotte in quantità molto ridotta. cod 61255

BOLLICINE... CHE PASSIONE!

Goglò

dall'Alta Murgia uno spumante fresco e delicato

di *Piera Genta*

Il nome dello spumante riporta al gloglottare della faraona, come alla piuma, simbolo dell'azienda. Tutto rimanda al Parco Nazionale dell'Alta Murgia dove viene allevato il Bombino bianco. Un altopiano carsico, ricco di rocce calcaree, povero di materia organica, la cui matrice litologica garantisce un eccellente drenaggio dell'acqua; un clima caratterizzato da venti freddi settentrionali e correnti calde-secche provenienti da sud: un terroir che trasmette un carattere riconoscibile alle sue produzioni.

Bombino bianco in purezza, di antichissime origini, una delle varietà più importanti nel sud della nostra penisola, coltivato con rese per ettaro contenute per controllare la sua vigoria mantiene un corredo acido significativo che lo rendono ideale per la produzione di uno spumante.



Goglò viene spumantizzato con metodo Charmat corto e dopo aver trascorso 4 mesi in serbatoi d'acciaio inox riposa in bottiglia per ulteriori 2 mesi. I vigneti si trovano in Contrada S. Giuseppe di Andria e Contrada San Magno di Corato. Nel bicchiere troviamo un vino fresco, piacevole con un sottile perlage, delicate note agrumate ed una spiccata acidità. Adatto per accompagnare la cucina mediterranea ed i crudi di mare.

L'azienda, Masseria Faraona, nasce nel 2010 e fa parte del gruppo Casillo, uno dei leader nella selezione, trasformazione e commercializzazione del grano duro con oltre 50 anni di esperienza.

cod 61260

Acque per la ristorazione
Anche l'occhio vuole la sua parte

Quello dell'acqua è un settore in crescita da 30 anni, che oggi ci vede consumare circa 225 litri procapite l'anno. L'acqua minerale italiana, nelle sue diverse declinazioni, piace

di *Gabriele Ancona*

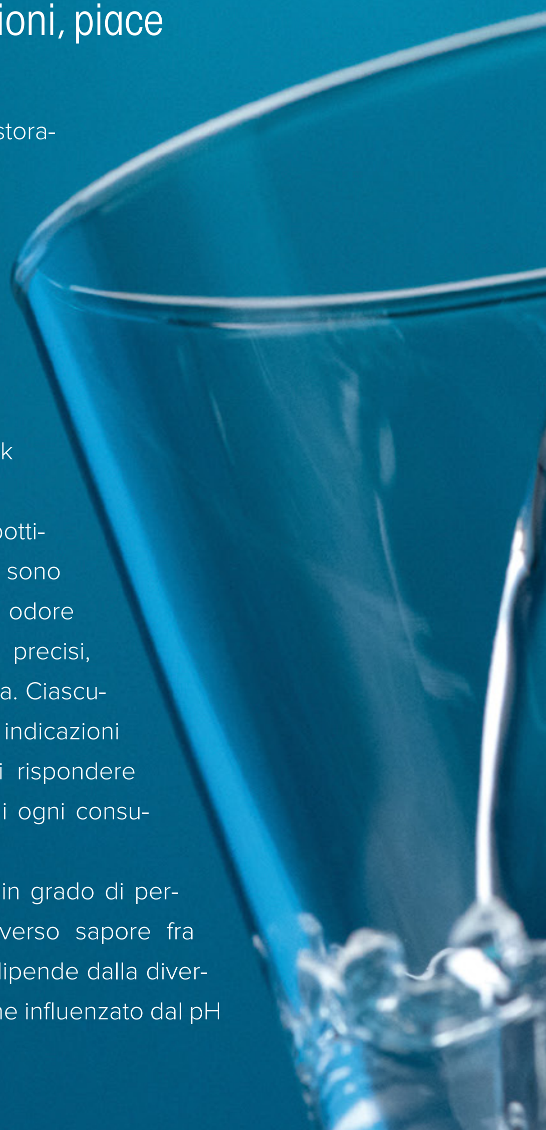
Su una produzione totale di 14.800 milioni di litri, l'export vola quasi al 10%: 1.350 milioni di litri. Siamo i secondi al mondo. Esistono in particolare quattro categorie: acque minimamente mineralizzate (sali inferiori a 50 mg/l), acque oligominerali (sali compresi tra 51 e 500 mg/l), acque medio minerali (tra 501 e 1.500 mg/l), acque ricche di sali minerali (superiori a 1.500 mg/l).

Nelle acque minerali possiamo trovare diversi valori di elementi come sodio, potassio, calcio, magnesio, nitrati, fosfati, bicarbonati, determinati dalle zone, dai terreni e dal viaggio che l'acqua percorre durante il suo ciclo. È la loro combinazione di elementi che conferisce a ogni acqua minerale l'identità, il gusto, l'utilizzo e l'abbinamento con il cibo.

In occasione della Giornata mondiale dell'acqua, istituita dall'Onu e celebrata ogni anno il 22 marzo, l'Istat fornisce un focus annuale e tematico. Dagli ultimi dati emerge che il 70% delle famiglie italiane compra acqua minerale. Una tendenza che si riverbera nella ristorazione, dove le aziende, ormai da un paio di decenni, studiano bottiglie e formati all'avanguardia. L'acqua minerale deve essere infatti anche bella da vedere, custodita in pack di design ed ergonomici.

Pur valorizzate dalle bottiglie, le acque minerali non sono però tutte uguali. Colore, odore e sapore sono parametri precisi, che variano da una all'altra. Ciascuna possiede proprietà e indicazioni ben precise, in grado di rispondere alle personali esigenze di ogni consumatore.

Il nostro palato poi è in grado di percepire chiaramente il diverso sapore fra un'acqua e un'altra, che dipende dalla diversa mineralizzazione e viene influenzato dal pH





e dalla percentuale di anidride carbonica disciolta.

Dal 2002 l'Associazione degustatori acque minerali (Adam) ha avviato un'attività didattico-informativa mettendo a fuoco gli abbinamenti con la cucina. Da questo lavoro è nata la "Carte delle acque", non un elenco di etichette, ma uno strumento in grado di fornire il giusto abbinamento con il cibo. La carta comprende una selezione rappresentativa di tutte le categorie e costituisce un mezzo per valorizzare l'acqua minerale quale elemento di pregio della ristorazione.

Ogni alimento ha la sua acqua, da quella delicata a quella più corposa, a quelle connotate da diverse intensità di bollicine. Un piatto poco strutturato, per esempio, predilige un'acqua minerale con residuo fisso basso, mentre uno ricco, dalla grande struttura, una minerale con residuo alto.

Al ristorante, la domanda "gassata o naturale?" equivale al "bianco o rosso?" riferito ai vini: un interrogativo senza senso. La nascita della figura dell'idrosommelier, che sta contribuendo a formare una cultura diffusa in materia, è stata un'evoluzione obbligata. Competenza e consapevolezza per arginare superficialità e scarsa conoscenza.

I corsi organizzati da Adam sono articolati in tre livelli, affinché non si parli più di acqua, ma di "acque". cod 61261

Gruppo SEM
Naturalmente acqua

Gruppo Sorgenti Emiliane Modena è tra i principali operatori in Italia attivi nell'imbottigliamento, produzione e distribuzione di acque minerali naturali e soft drink, sia a marchio proprio che come distributore



Nato nel 1984, Gruppo SEM è titolare ad oggi di 6 concessioni per l'estrazione di acque minerali e opera attraverso 4 stabilimenti produttivi e 10 centri logistici distribuiti su tutto il territorio nazionale. L'azienda è dotata di avanzati sistemi di controllo e gestione del processo di captazione, che consentono di ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica e la flessibilità produttiva rispetto alle variazioni della domanda di prodotto nel corso dell'anno.

La prossimità geografica tra sorgente, impianto di estrazione, imbottigliamento e accesso al mercato distributivo, rendono Gruppo SEM un operatore capace di presidiare l'intera filiera produttiva e distributiva, in grado di assicurare al cliente finale un prodotto garantito da certificazioni di qualità e sostenibilità ambientale. Questo consente di raggiungere i principali mercati di riferimento in tutta la Penisola riducendo al minimo i costi di trasporto e l'impatto sull'ambiente. Ogni stabilimento produttivo è dotato di moderni laboratori per le analisi microbiologiche, chimiche e chimico-fisiche dell'acqua.

Gruppo SEM è composto da quattro società - SEM, Nuova Samicer, Nocera Umbra Fonti Storiche e Acqua Clavdia, che svolgono attività di imbottigliamento e vendita delle acque minerali naturali - a cui si aggiunge Water Time, specializzata nell'installazione di refrigeratori di qualità certificata nei locali destinati all'esercizio di attività commerciali e nell'imbottigliamento e distribuzione di acqua di sorgente e acqua destinata ai consumatori in boccioni a rendere e a perdere.

Le acque minerali naturali Monte Cimone, Fonte Angelica, Clavdia e Fonte Ventasso, oltre all'acqua di sorgente Edea, sono concessioni minerarie del Gruppo SEM situate rispettivamente all'interno del Parco naturale dell'Alto Appennino Modenese, nei monti umbri al confine con il Parco naturale del Colfiorito, nei pressi delle sorgenti termali di Anguillara Sabazia nel Lazio e nel cuore del Parco nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano.





Ampliano l'offerta del Gruppo le bibite analcoliche gassate Nocera Umbra. Ultima novità in ordine di tempo, i succhi di frutta a marchio Juicy, frutto della recente partnership stretta da Gruppo SEM con Stanic Group, il più grande operatore del settore bevande attivo nell'Est Europa.

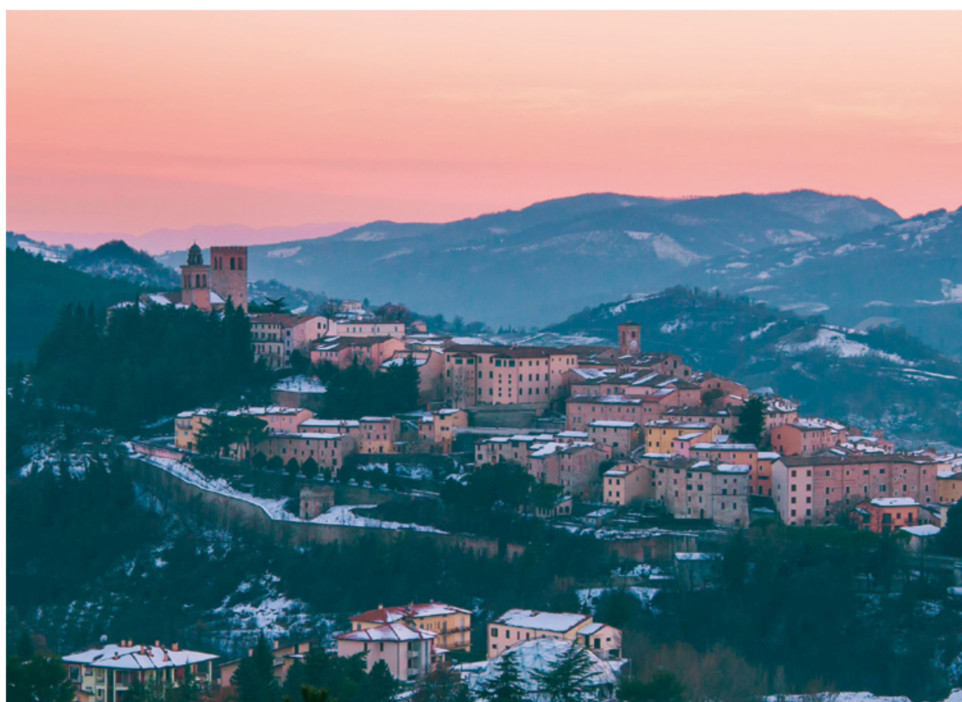
Nocera Umbra, acque per la salute

Nocera Umbra Fonti Storiche è titolare di due concessioni di acque minerali naturali site nel territorio del comune di Nocera Umbra (Pg) e si occupa dell'imbottigliamento e della distribuzione di acqua minerale in bottiglia e soft drink per i settori Horeca, Vending e Gdo. L'acqua minerale naturale "Flaminia" e l'acqua minerale naturale "Angelica", oligominerali dall'equilibrato contenuto di sali, sgorgano microbiologicamente pure all'altitudine di 605 metri slm. Le sorgenti, favorite dall'ambiente circostante al confine con il Parco naturale regionale del Colfiorito, sono ideali per le diete povere di sodio e riconosciute fin dall'antichità per le loro qualità terapeutiche. L'acqua Angelica è celebrata in numerosi scritti di medici, chimici e fisici del XVI secolo, che ne riportavano gli effetti "curativi e divini", da cui poi la sorgente ha preso il nome.

Oggi Nocera Umbra Fonti Storiche la ripropone in una veste completamente nuova nei formati in Pet da 0,50 litri e 1 litro, e in vetro da 0,75 litri e 1 litro, naturale e frizzante. Le bottiglie longilinee e dalle forme pulite, in tre varianti di colore, garantiscono il mantenimento delle proprietà dell'acqua senza rinunciare al design. cod 61145

Gruppo SEM
via Paolo Borsellino 3 - 41057
Spilamberto (Mo) - Tel 059 7570650
www.grupposem.it







TŶ NANT

L'esclusiva acqua che da 30 anni dona raffinatezza alla tavola

Tŷ Nant, simbolo universale di eleganza, è il marchio di acqua gallese consumato nei locali e negli ambienti più raffinati di tutto il mondo. Conosciuta come "The blue bottle", la sua bottiglia blu cobalto viene premiata sin dalla presentazione al Savoy Hotel di Londra nel 1989. L'artefice del progetto è sir Robin Sheppard, direttore di hotel di lusso, che ha passato la sua vita a lavorare tra reception e saloni dei migliori alberghi del mondo. Nei primi anni Tŷ Nant si impone sul mercato come la prima vera acqua di lusso, grazie anche alla mancanza di alternative di pari bellezza ed eleganza.

Nel 1990, durante un viaggio a Londra, Pietro Biscaldi e sua moglie Giovanna vengono a conoscenza di Tŷ Nant. L'imprenditore del mondo beverage ne rimane incantato e richiede immediatamente la distribuzione per l'Italia con la sua azienda Biscaldi Luigi, in quegli anni già leader nel settore di importazione di bevande grazie a marchi come Corona Extra, Holsten e McEwan's. Pietro Biscaldi entra in società con il marchio gallese e nel 1993 ne acquisisce la totalità.

Nel 1999 in occasione del 10° anniversario viene presentata Tŷ Nant Too, un'estensione della gamma Tŷ Nant dal colore "crimson red". Un ulteriore allargamento della gamma avviene nel 2001, quando dopo tre anni di ricerca la collaborazione tra Tŷ Nant e il designer gallese Ross Lovegrove dà vita alla gamma Tŷ Nant in Pet: una bottiglia asimmetrica dal design rivoluzionario e dalle linee sinuose, che sembra dare una pelle all'acqua. Grazie ai numerosi riconoscimenti internazionali la bottiglia diventa icona di un nuovo target giovane, grazie anche alla versione "Pink" per la quale viene donato parte del ricavato alla associazione Pink Ribbon in supporto alla ricerca sul cancro al seno.

Nel 2003 viene sviluppato un nuovo marchio: Tau, con la sua bottiglia dal design minimalista e contemporaneo pensata per gli ambienti che richiedono la presenza di una bottiglia sobria, seppur iconica. Riceve da subito un grande interesse da parte della ristorazione orientale. A confermarlo ancora oggi è il fatto che lo chef Gordon Ramsey abbia scelto Tau per il suo nuovo ristorante Japanese-fusion "The Lucky Cat", la cui apertura è prevista a giugno, nel cuore di Londra.

cod 61094

Biscaldi Luigi Import Export
via delle Fabbriche 8 - 16158 Genova
Tel 010 61281
www.biscaldi.com

True Places true Relationships

CONSTANCE
PRINCE MAURICE
MAURITIUS

True by Nature

CONSTANCE
HOTELS & RESORTS

constancehotels.com

MAURITIUS • SEYCHELLES • MALDIVES • MADAGASCAR • PEMBA, ZANZIBAR



Acque Minerali d’Italia
soddisfa la richiesta di “km zero”

Con la sua ampia disponibilità di fonti, Acque Minerali d’Italia risponde alla crescente domanda di territorialità, che si accompagna a richieste sempre più mirate anche per formati e confezioni. Acque Minerali d’Italia è una grande, vera “beverage company” tutta italiana, con un’ampia gamma di formati e contenitori, in vetro e in Pet. Al gruppo della famiglia Pessina appartengono i brand Norda, Sangemini e Gaudianello, acque diverse per caratteristiche e provenienze. Questa peculiarità nasce dalla lunga tradizione nel settore bevande e da importanti investimenti compiuti negli ultimi anni.

L’identità di Acque Minerali d’Italia è contrassegnata da un legame profondo con il territorio dove hanno sede i siti produttivi, perfettamente integrati nell’ambiente circostante. Si va infatti da acque che provengono dalle Alpi Lombarde, dalle Piccole Dolomiti, dall’Appenino Tosco-Emiliano e Umbro fino al Monte Vulture in Basilicata. Un esempio dell’approccio AMI all’ecosistema è proprio Gaudianello. Acquisito dal gruppo alcuni anni fa con le sue fonti e tutte le sue strutture produttive, il brand ha compiuto una rapida crescita a livello di immagine e risultati di mercato, posizionandosi come il marchio guida del settore acque in diverse regioni del Centro-Sud d’Italia.

L’obiettivo di Acque Minerali d’Italia è creare valore nel comparto, attraverso un percorso educativo e culturale che evidenzia tanto le differenze tra acqua minerale e acqua potabile, quanto le diverse categorie e i benefit di ciascuna acqua. Questa linea strategica è percorribile grazie ad una gamma che copre tutte le categorie riconosciute dal ministero della Salute: dalle acque ipominerali (minimamente mineralizzate) alle oligominerali, alle medio minerali, fino alle iperminerali (ricche in sali minerali).

Nell’ottica di un servizio completo e competitivo, AMI pone grande attenzione al design delle bottiglie, nella consapevolezza che il packaging sa dare valore aggiunto al prodotto. Rientra in questo impegno anche offrire una “carta delle acque” unica per articolazione di gamma e qualità. Con la stessa consapevolezza, il gruppo ritiene che “belle bottiglie” e un’etica di sostenibilità non bastino. Sono necessarie strategie di marketing e comunicazione che, al vantaggio del design e dei “chilometri zero”, affiancano l’autorevolezza di iniziative dove sono i ristoratori stessi i migliori testimonial del prodotto. In questa logica è stata recentemente attivata la collaborazione con l’associazione Jre-Jeunes Restaurateurs d’Italia. cod 61196

Acque Minerali d’Italia
via Inverigo 2 - 20151 Milano
Tel 800 412444
www.acquemineraliditalia.it

Antica Fonte della Salute

Acqua premium per la ristorazione

San Benedetto porta sulle tavole dei ristoranti più prestigiosi un'offerta completa e trasversale di marchi e formati capace di soddisfare i palati più raffinati e gli sguardi più esigenti. Da sempre l'azienda si è distinta nel mercato grazie alla sua capacità di anticipare le nuove tendenze di consumo sia attraverso la materia prima che nel packaging. Recentemente, inoltre, San Benedetto ha posizionato sempre più in alto i suoi prodotti, rinnovando totalmente l'offerta nel mondo "fuori casa", con una delle più ampie gamme di formati nel mercato, dal vetro al Pet, fino alla recente introduzione della lattina anche nelle acque minerali, andando a soddisfare ogni esigenza del consumatore e del grossista.

Fiore all'occhiello dell'offerta è sicuramente "Antica Fonte della Salute - Millennium Water", l'acqua premium di San Benedetto. Si tratta di un'acqua raffinata ed elegante che sgorga da una falda millenaria situata a 236 metri di profondità, preservata da oltre 5mila anni e rimasta incontaminata fino ai giorni nostri.

Questo lento scorrere dona un'acqua minerale pura con un valore di nitrati inferiore allo 0,0001%: un'essenzialità che solo la complessa architettura della natura poteva raggiungere e che San Benedetto racchiude in bottiglie in vetro da 0,65 litri e 0,33 litri, dalle forme morbide e sinuose, in cui ogni minimo dettaglio è curato per esaltare la sua raffinatezza.

Il colore delle etichette contraddistingue i due gusti: silver per la naturale, liscia, morbida e leggera; nera per la frizzante, dove la vivacità del gusto esalta l'essenzialità di un'acqua pura di natura. Ulteriori e preziosi dettagli di stile sono la rondine, storico simbolo iconografico di San Benedetto, in rilievo sul tappo a vite, e il logo "Antica Fonte della Salute" sul fondo della bottiglia. Alle referenze in vetro si affianca una linea in Pet da 0,25 litri e 0,40 litri ed è previsto il lancio del nuovo formato in lattina da 0,25 litri. Completano l'offerta dedicata alla ristorazione San Benedetto Prestige Rose Edition, Acqua di Nepi, Cutolo Rionero Fonte Atella e San Benedetto Elite Edition. cod 61195



Acqua Minerale San Benedetto
viale Kennedy 65 - 30037
Scorzè (Ve)
Tel 800 544555
www.sanbenedetto.it



Ferrarelle unisce gusto e benessere





Con l'arrivo dell'estate e l'innalzamento della temperatura è fondamentale mantenere una corretta idratazione per prendersi cura del proprio corpo e combattere il senso di spossatezza. Ferrarelle, con la sua offerta di acque minerali, permette di unire al piacere di un gusto unico e inimitabile l'approvvigionamento di importanti sali minerali preziosi per il nostro organismo. Ferrarelle, infatti, è l'acqua minerale effervescente naturale che unisce gusto e benessere. La sua effervescenza si forma durante un percorso di oltre trent'anni nel sottosuolo tra Lazio e Campania, dove si arricchisce di preziosi sali minerali e di microbollicine 100% di origine naturale certificate, che le donano un gusto inconfondibile e che contribuiscono al benessere quotidiano di tutto il corpo.

Per questo motivo Ferrarelle è più gustosa di un'acqua liscia e più equilibrata di una gassata, e grazie al suo carattere inconfondibile è un'acqua ideale in ogni occasione. Ricca di calcio, silice, potassio, magnesio, bicarbonato e fluoruro, Ferrarelle idrata i tessuti e aiuta a restituire immediatamente i minerali perduti con la sudorazione, a cui si è particolarmente esposti nel periodo estivo o quando si pratica attività fisica.

Grazie al suo gusto unico e al buon contenuto di bicarbonato che favorisce la digestione, Ferrarelle è l'acqua ideale per accompagnare i pasti. Le sue microbollicine si sposano perfettamente con ogni tipo di piatto, sia con quelli più ricercati, come dimostrato dalla presenza di Ferrarelle ai più importanti eventi italiani di alta cucina, sia con quelli della tradizione culinaria nostrana.

Tra le acque fortemente gassate, "Maxima" vanta una caratteristica innovativa perché è un'acqua effervescente naturale che viene rinforzata con il gas della sua sorgente, quella stessa anidride carbonica che dà spontaneamente origine alle bollicine 100% naturali certificate di acqua Ferrarelle.

Questa peculiarità le conferisce un carattere unico anche nel gusto, grazie al suo perlage frizzante, per gli amanti della gasatura più decisa, ma allo stesso tempo delicato ed equilibrato al palato. Anche il nome non è casuale perché rende omaggio ad un'antica sorgente di acqua minerale imbottigliata a Riardo (Ce) agli albori della storia di Ferrarelle, richiamando contemporaneamente nel nome il concetto di gasatura maxi, rinforzata. Ferrarelle Maxima è la referenza per il canale Horeca per il segmento delle acque fortemente gassate con cui Ferrarelle completa la sua gamma premium di bottiglie in vetro bianco per la ristorazione.

cod 61313

Ferrarelle
Contrada Ferrarelle - 81053 Riardo (Ce) - Tel 800 013984
www.ferrarelle.it

www.host.fieramilano.it





Equipment, Coffee and Food

41st International Hospitality Exhibition

October 18_22, 2019 fieramilano

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

U.S. COMMERCIAL SERVICE
United States of America Department of Commerce

ufi
Approved Event

FIERA MILANO

Caffè e ammazzacaffè

Un rito tutto italiano



di *Carla Latini*

Espresso, lungo, cialde, moka, moka casalinga, corretto, macchiato con latte, cappuccino, shekerato freddo: il protagonista a fine pasto è senza dubbio il caffè. L'ultimo sapore che ti rimane in bocca è quello che ricordi di più. Me lo disse, tanti anni fa, un cuoco alla ricerca della tazzina di caffè perfetta. Il fine pasto ti porta a rimanere a tavola o a spostarti in salotto, se hai tempo. Ma è anche quello di tutti i frenetici giorni in cui mangi dove capita e cerchi di farlo nel posto migliore.

Gli italiani bevono almeno 3 caffè al giorno, dosaggio che - dicono gli esperti - fa bene alla salute. A casa, al bar e al ristorante sono il 59%. Ma c'è chi arriva anche a cinque (il 37%). Nino Manfredi diceva: "Il caffè è un piacere, se non è buono che piacere è?". In quegli anni buono voleva dire solo buono. Oggi buono vuol dire altro. È buono se ti fa bene. È buono senza zucchero. Se non crea acidità allo stomaco. Rimanere a tavola, in piacevole compagnia, con un'ottima tazza di caffè da sorseggiare, è il fine pasto perfetto. Magari accompagnato da piccola pasticceria. L'anice, insieme alla mitica Sambuca, sono spesso uniti all'ultimo sorso in tazzina o bevuti da soli.

Ma il fine pasto, per chi non ha mai tempo per fermarsi, è spesso al bar lungo la strada. Dicono che il caffè al bar, in teoria, dovrebbe essere fatto meglio degli altri poiché la macchina lavora dalla mattina a notte fonda. Basta fidarsi della professionalità del barman. Se sceglie miscele ben fatte, equilibrate e non troppo tostate. Ma sarà sempre il vostro stomaco ad avere l'ultima parola.

È bello portare con sé il profumo del caffè. Siete mai stati in una torrefazione? Se la lavorazione è fatta con grazia, lentamente, come tutte le produzioni etiche e rispettose della materia prima, è un'esperienza che rimane nel naso.

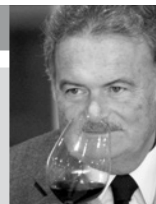
Da qualche anno le tisane a fine pasto e, soprattutto, a fine serata, sono diventate molto trendy. Tanto da creare una carta delle tisane. Prima, in tempi non sospetti, sono nate le carte dei caffè, tornate in voga in tempi recenti. Origine, stato di provenienza, nome della cultivar, data del raccolto. Ogni tazzina racconta una storia e continua a farlo se c'è verità nella storia.

Un buon caffè cerca anche un buon cioccolato. Fondente 70% come minimo. Un morso delicato e croccante che si amplifica nel palato già preparato dal caffè. Ritengo caffè e cioccolatino - ormai te lo offre anche il bar del benzinaio - il fine pasto completo. Energia buona, energia che fa bene.

C'è chi poi ama gli spirits. Come già detto per tutti gli altri prodotti citati: se sono ben fatti nel rispetto delle materie prime e nei tempi di lavorazione, esaltano il fine pasto. Il caffè di solito lo prendiamo in piedi prima di cominciare il pomeriggio. Proviamo a sederci un paio di minuti. Ci occuperà lo stesso tempo. Ma durerà molto di più il beneficio emotivo e salutare. cod 61264



IL COMMENTO



di Roberto Vitali

Il culto del caffè In Italia c'è ancora tanto da fare

• Il futuro del bar appare roseo. Sempre, però, se si parte da un ottimo caffè. Diciamo la verità: in molti bar si bevono ancora dei pessimi caffè. Personalmente bevo il caffè senza zucchero. Solo così posso gustare l'aroma di un monorigine perfettamente tostato. Se però non mi appaga al primo assaggio (vuoi che la miscela sia economica o che il barista sia incapace), solo allora aggiungo lo zucchero.

Caffè e brioche rappresentano il binomio più gettonato, ma si affacciano nuovi modi di consumo del caffè che tendono, come per il tè, a farne una bevanda da relax e meditazione, da assaporare coccolati da un barista esperto che illustra l'origine del chicco. La cultura del caffè è in crescita e il cliente distingue tra miscela e monorigine, addentrandosi nelle varie modalità di estrazione: il classico espresso, ma anche i caffè-filtro (l'aeropress, il syphone, il cold brew, il clever, il V60) oppure un moka o un caffè alla napoletana.

In alcuni bar che vogliono fare cultura del caffè si avverte la clientela che lì non esiste lo zucchero. È il caso dei due Bugan a Bergamo, locali aperti da Maurizio Valli, a livello nazionale uno dei più esperti conoscitori e torrefattori di caffè. Nel 2015 ha vinto il campionato italiano ed è stato proclamato Miglior barista dell'anno. Coi suoi locali fa vera educazione al caffè. Suoi allievi non solo consumatori attenti ed esigenti ma anche baristi che vogliono perfezionarsi nell'uso di attrezzature per preparare ottimi caffè. cod 61219



Kimbo partner di Fic per valorizzare la cultura del caffè

Kimbo, simbolo del caffè italiano nel mondo, è dallo scorso anno partner della Federazione italiana cuochi, l'associazione che opera per promuovere l'immagine della cultura enogastronomica italiana nel mondo. La partnership conferma l'attenzione dell'azienda partenopea nei confronti del canale Horeca, al quale garantisce una gamma di prodotti ampia e diversificata, che va incontro alle diverse esigenze di gusto presenti sul territorio nazionale, insieme a un servizio impeccabile, in grado di trasformare il momento della degustazione del caffè in attimi di puro piacere.

Aumenta quindi sempre più l'attenzione di Kimbo per il mondo della ristorazione, con l'obiettivo di far diventare la consueta degustazione del caffè a fine pasto un momento a cui dedicare cura e attenzione, nella preparazione come nel servizio. Con questa finalità Kimbo sostiene la collaborazione con Fic che vanta una presenza radicata su tutto il territorio italiano con oltre 17mila associati in 95 associazioni provinciali e 20 unioni regionali, oltre a 15 delegazioni estere. L'intento della Federazione, teso soprattutto a valorizzare la professionalità dei cuochi, e quello di Kimbo, focalizzato sulla diffusione della cultura del buon caffè, trovano dunque territori comuni che si concretizzeranno in diversi momenti di degustazione e training dedicati agli associati.

Un'occasione per Kimbo per divulgare tra i professionisti della cucina una conoscenza più approfondita sulla qualità della materia prima, sulle caratteristiche e peculiarità delle differenti tipologie di estrazione, dall'espresso al caffè porzionato, fino alla "cuccuma", la tradizionale caffettiera napoletana che richiede tecnica, lentezza e un rituale di grande fascino da portare al tavolo per gli ospiti.



Sistema Flexicup

Accanto a un'ampia offerta dedicata al canale ristorazione Kimbo ha pensato di venire incontro alle esigenze dei locali con un ridotto consumo di caffè proponendo la latta da 1 kg, che si affianca, nella linea Elite, a quelle preesistenti da 3 kg, e il Sistema Flexicup, preinfusione a capsule, indicato per il circuito micro-Horeca, ristoranti con un medio livello di consumo di caffè, e bar d'hotel, luoghi privi di un barman adeguatamente formato nella preparazione ottimale di caffè e cappuccini e dove il numero ridotto di consumazioni non sempre garantisce una resa perfetta.

Di cosa si tratta? L'innovativo Sistema Flexicup a capsule consiste in una nuova macchina, brevettata, disponibile nella versione da uno o due gruppi. Si presenta con un design pulito e contemporaneo, adatto a ogni ambiente, da quelli minimal ai più sofisticati: scocca in acciaio, interfaccia intuitiva. È inoltre semplice da utilizzare, per un risultato in tazza dalla costante elevatissima qualità.

Tre i blend attualmente disponibili in capsula: Limited Edition, Prestige e Decaffeinato. Oltre al classico formato da un caffè, Kimbo ha introdotto il proporzionato doppio, ideale quando viene proposta la medesima miscela a due clienti contemporaneamente.

Con questa proposta Kimbo esprime al meglio la propria capacità innovativa che, unita al talento e all'esperienza dell'azienda, soddisfa a pieno le differenti esigenze dell'universo Horeca, confermando il percorso intrapreso nella continua ricerca e definizione di prodotti e servizi sempre più vicini alle esigenze dei propri consumatori.

Kimbo Espresso Elite

La linea Kimbo Espresso Elite, top di gamma dell'offerta dedicata ai professionisti, si arricchisce di un'importante novità con due miscele in latta da 1 kg. Un nuovo formato che consentirà di poter utilizzare la linea di pregio Kimbo anche nei locali con consumi ridotti di caffè, garantendo la perfetta conservazione delle qualità organolettiche del prodotto.

Due i blend proposti. Kimbo Gran Gourmet, già presente nella versione latta da 3 kg, è un caffè a tostatura chiara e dal gusto dolce, con note di biscotti appena sfornati. Una miscela di caffè provenienti da Brasile, El Salvador, Guatemala e Indonesia. Intense Flavour nasce invece dall'incontro tra caffè Arabica del centro e sud America bilanciati da Robusta provenienti dall'Asia. Con una tostatura medio-scura, presenta un profilo equilibrato, corposo, dal gusto dolce, con accenni di caramello e sentore di biscotto.

cod 61132

Kimbo
via Appia km 22,648 - 80017 Melito di Napoli (Na) - Tel 081 7011200
www.kimbo.it





Caffè Cagliari festeggia

Grande successo per Notte d'aroma

Oltre 800 persone hanno affollato gli spazi dello **stabilimento e della sede di Caffè Cagliari**, lo scorso **15 maggio**, in occasione dell'evento organizzato dalla storica torrefazione per **festeggiare i suoi 110 anni**

Grande partecipazione dei clienti e dei collaboratori dell'azienda nonché della cittadinanza e del pubblico affezionato, intervenuto per festeggiare l'importante ricorrenza. In questa occasione è stato possibile partecipare a visite guidate nel reparto produttivo per scoprire come avviene la lavorazione della caffè verde, dal suo arrivo alla fase della tostatura, fino al confezionamento e allo stoccaggio in magazzino. Nello storico stabilimento produttivo, fondato nel 1960 e situato ancora oggi sulla via Emilia Est, ogni giorno vengono tostati ben 7mila kg di caffè destinati ai bar e alle case degli italiani.

Momenti di commozione durante il discorso di **Alessandra Cagliari**, amministratore delegato di Caffè Cagliari, che, a fianco del padre **Alberto**, ha ricordato l'impresa del bisnonno Ambrogio quando nel lontano 1909, di ritorno dal Brasile, aprì in Piazza Grande la prima bottega per la tostatura e degustazione di caffè. Un racconto emozionante quello della storia di una famiglia che di generazione in generazione ha saputo trasmettere passione ed esperienza, tradizione e innovazione, fino a raggiungere un importante traguardo: celebrare 110 anni di attività all'insegna dell'autenticità.

Una serata di festa che ha visto l'apertura straordinaria del museo Caffè Cagliari accompagnata dal remake de "La tazzina canta", il noto spot pubblicitario creato alla fine degli anni '70 rimasto nell'immaginario e nel cuore degli emiliani. L'evento fa parte di una serie di manifestazioni e di iniziative che si svolgeranno durante tutto il 2019 per celebrare i 110 anni dalla nascita dell'azienda. Le prossime iniziative saranno la presenza di Caffè Cagliari alla "Run 5.30", la corsa non competitiva di 5 km che si tiene nel cuore di Mantova (28 giugno) e a Reggio Emilia (5 luglio) alle ore 5.30 del mattino. In queste occasioni sarà allestito un ampio Coffee Point dove sarà offerto un caffè espresso a tutti coloro che parteciperanno alla manifestazione. cod 60989

Caffè Cagliari
via Emilia Est 1129 - 41122 Modena
Tel 059 376811
www.caffecagliari.it

Viticoltori di collina



Preziosi e sparsi sono i vigneti che la famiglia Marsuret si trasmette di generazione in generazione, coltivati da sempre a mano sui ripidi pendii. Per l'esposizione, il microclima e la composizione dei terreni ogni singolo vigneto esprime caratteristiche e particolarità straordinarie che insieme contribuiscono alla grande qualità dei vini Marsuret.

marsuret.it



Esclusive videoricette Xelecto Perfette anche a fine pasto

Le videoricette Caffè Molinari sono disponibili sul sito **xelecto.it**, pensate appositamente per valorizzare l'aroma ed esaltare il gusto di ogni specifica varietà di caffè Xelecto, anche a fine pasto. Perfette per iniziare la giornata, per concedersi una pausa speciale o per chiudere ogni pasto con un'esperienza di caffè eccellente, sempre nuova e sorprendente, le videoricette Xelecto sono preparazioni originali con abbinamenti esclusivi, tutte create dagli esperti di Caffè Molinari per valorizzare le caratteristiche di Xelecto in ogni sua varietà.

Le 12 esclusive videoricette a base di Xelecto - sempre disponibili sul sito con dei brevi filmati esplicativi di 30-50 secondi circa - esplorano tutte le sfaccettature del gusto, dal dolce al secco, così da soddisfare tutti i palati, e si rivolgono non solo al barista ma anche al ristoratore moderno perché, se alcune creazioni sembrano pensate appositamente per una ricca colazione o per una golosa merenda, altre risultano invece particolarmente adatte a concludere un pasto eccellente, con un finale all'altezza delle portate. Non è un caso, ma una precisa volontà aziendale: quella di dialogare in modo diretto e mirato con i professionisti di ogni settore, dal bar alla pasticceria, dagli hotel alla ristorazione.

Ed ecco come Xelecto trasforma il caffè, con le sue idee di degustazione a conclusione di un'ottima cena o di un ottimo pranzo: è il caso di "Orient Express", una ricetta che unisce le proprietà digestive dell'espresso aromatizzato al cardamomo Xelecto con le note esotiche di chiodi di garofano e una punta di miele, da servire caldo o anche tiepido; per i più golosi Xelecto diventa dessert, come si vede nella videoricetta "Frozen", con l'aggiunta di gelato al fiordilatte in una tazzina di cremoso espresso Deciso, creando così un delizioso contrasto tra caldo e freddo; e per finire, Xelecto dedica ai suoi clienti più audaci il suo esclusivo long drink "Kenya Tonic", preparato con un pregiato espresso Xelecto cru monorigine Kenya, miscelato con tonica, ghiaccio e limone ma, se gradita, è prevista anche la variante alcolica, con l'aggiunta di vodka.

Ancora una volta, con il sistema Xelecto, Caffè Molinari ha studiato (e continua a studiare) il modo migliore non solo per servire un espresso dalla qualità sempre costante, dal primo all'ultimo sorso, ma anche per rispondere alle esigenze sempre nuove dei professionisti e dei clienti, offrendo anche l'opportunità di stupire i propri commensali con una nuova visione evoluta del caffè, tra tradizione e innovazione. cod 61182

Caffè Molinari
via Francia 20 - 41122 Modena
Tel 059 3279111
www.xelecto.it

LIQUORI E DISTILLATI PIRCHER GUSTO UNICO E NATURALE



Distilleria Pircher (**www.pircher.it**), azienda altoatesina fondata nel 1884 a Lana (Bz), da cinquant'anni produce pregiati distillati e liquori alla frutta. Dal gusto pieno ma delicato, l'Acquavite di pere Williams è ideale per tutti coloro che amano i distillati di qualità, l'Acquavite di pere Williams con frutta è prodotta senza l'utilizzo di aromi e additivi ed è perfetta da sorseggiare a fine pasto o in abbinamento a cioccolato o formaggi.

Con puro succo di mela verde di altissima qualità è invece il liquore Green Apple, acquavite giovane, moderna e innovativa, fruttata e delicata, senza additivi artificiali e dalla gradazione alcolica minore: una specialità altoatesina dal gusto fruttato e seducente. È ottima da gustare a temperatura ambiente, fredda o come base per realizzare tantissimi cocktail.

Di pura vinaccia, morbida, delicata e gradevole, Grappa Dolomit viene lavorata con tecnologie innovative, ma rispettando il metodo di lavorazione tradizionale che conferisce a questa specialità un aroma e un gusto inconfondibili che nobilitano il fine pasto. La Grappa Dolomit di Pircher si serve a temperatura ambiente, ideale da sorseggiare da sola oppure in abbinamento a cioccolato o formaggi.

cod 61274

ELEGANZA E ARMONIA NEI DISTILLATI GIOVI

Una filosofia produttiva orientata alla qualità e autenticità fa dei distillati Giovi prodotti sempre più eleganti e raffinati. La distilleria Giovi è stata costituita nel 1987 a Valdina, in provincia di Messina, dal mastro distillatore Giovanni La Fauci. L'alambicco discontinuo utilizzato per la lavorazione, un antico Zadra alimentato a legna, è stato modificato in alcune sue parti, per essere adattato alle esigenze di una distillazione molto lenta. Le materie prime sono selezionate solo dalle migliori cantine del panorama vitivinicolo siciliano; la frutta viene reperita dalle coltivazioni che si trovano sulle pendici dell'Etna.



La Grappa di Zibibbo è tra le più rappresentative del territorio in cui viene prodotta ed è ottenuta da selezionate vinacce poco pressate di Zibibbo, uno dei più antichi vitigni siciliani, coltivato da sempre nella meravigliosa Perla Nera del Mediterraneo. Seguendo con arte e passione ogni singola fase della produzione, si arriva ad un prodotto estremamente piacevole, che riproduce armonicamente ed esalta le caratteristiche degli aromi della materia prima.

Distribuito in esclusiva per l'Italia da Elegance Distribution: **elegancedistribution.it**. cod 61249

VILLA ZARRI, IL BRANDY PER I MOMENTI SPECIALI



La storia del brandy Villa Zarri è legata ad un'illustre famiglia bolognese e oggi a Guido Fini Zarri, unico ad utilizzare l'alambicco Charentais per la doppia distillazione di vino Trebbiano Romagnolo, secondo un rigoroso disciplinare e in modo naturale.

Il Brandy Assemblaggio Tradizionale 10 anni è il frutto dell'assemblaggio di più annate e diversi invecchiamenti di brandy, di cui il più giovane è invecchiato 10 anni. Si ottiene così un bouquet più armonico e completo. Eleganti sentori boisé aprono la strada profumi di uva sotto spirito, pellame, vaniglia, cannella, frutta secca e foglie di tè nero. In bocca, una piacevole tessitura avvolge il palato in una lunga persistenza speziata.

Distribuito da Elegance Distribution: **elegancedistribution.it**. cod 61248



Elegance Distribution

Qualità senza compromessi

Whisky, rum, calvados, gin, brandy, vermouth, bitter, vodka, tequila, mezcal: una selezione di altissimo livello e una **ricerca costante di prodotti innovativi** ed esclusivi per gli amanti degli spirits

Elegance Distribution è una società che si occupa di distribuzione di bevande alcoliche, spirits premium e super premium. Nasce nel 2105 per iniziativa di Luigi Sangermano, già amministratore delegato di Laurent-Perrier Italia fin dalla sua creazione nel giugno 2014. Le aziende che compongono il portafoglio Elegance Distribution - Samaroli, Villa Zarri, Giovi, Guillaume de Normandie, Copalli, Tundra, Diplôme, Beckett's, Riazul, Corte Vetusto, Erba Volant, Scarpa - fanno della qualità senza compromessi il loro punto fermo, la loro forza.

Storicità, legame con il territorio e passione sono i caratteri distintivi comuni a tutte le aziende, un viaggio senza fine attraverso le tradizioni di paesi lontani e vicini, alla scoperta di sapori, tipicità e colori. Con un'offerta sempre più completa per la ristorazione, per i barman di qualità e per le enoteche specializzate, cercando di coniuga-





re storia, qualità e servizio, Elegance Distribution si propone come uno dei punti di riferimento in Italia nel mercato degli spirits di alta qualità per la ristorazione, i bartender, i sommelier e gli enotecari più esigenti.

La costante attenzione rivolta al mercato fa sì che l'azienda sia fortemente orientata alla selezione di prodotti mirata a soddisfare le esigenze del momento, seguendo l'evoluzione dei consumi e delle tendenze. Inoltre, il ritorno alla tipicità e alla tradizione stimola sempre più la curiosità per gli spirits di terre anche lontane. Dal Messico proviene appunto il mezcal, il più antico distillato delle Americhe, datato circa 500 anni fa.

La parola mezcal deriva dal vocabolario Náhuatl, dalle parole metl (agave) e ixcalli (cotto) ed è il termine utilizzato per tutti i distillati che derivano dall'agave. La tequila è di fatto un mezcal, ma può essere fatta solo con un tipo di agave, l'Agave Tequilana Weber, conosciuta comunemente come l'Agave Blu.

Al contrario, il mezcal è ottenuto da circa 23-30 specie diverse di agave, che conferiscono al prodotto finale maggior ampiezza e varietà di aromi, la cui coltivazione è limitata a soli 9 Stati del Messico con ufficiale denominazione di origine.



Corte Vetusto è un'azienda del catalogo Elegance Distribution, un produttore artigianale di mezcal monorigine, che celebra il rispetto della natura e della lavorazione manuale tramandata negli anni: Juan Carlos Gonzales Diaz è oggi Maestro Mezcalero alla quarta generazione, fedele allo stile unico della tradizione. Un range di mezcal senza annata, lavorati a mano in piccole quantità a partire dall'agave a piena maturazione, una varietà di aromi e sapori che le piante e il terroir gli conferiscono, per un risultato piacevole ed elegante.

Sono tre le declinazioni di mezcal realizzate da Corte Vetusto, al fine di mettere in risalto le diverse varietà di agave che le compongono. L'Espadín viene prodotto da agave Espadín, la tipologia più comune, coltivata e fatta maturare per 8-10 anni, con un'aggiunta di uno o due tipi di agave selvatica, al fine di conferire al prodotto finale un carattere distintivo. Cotto in uno speciale forno interrato e fermentato in modo naturale. Distillato due volte in un alambicco di rame da 250 litri. Il risultato è complesso e ben bilanciato, dal gusto piacevole, in un mix di sentori di agave cotta, note affumicate ed erbacee.

Tobalá è invece ottenuto da piante di agave selvatica maturata per 10-14 anni, mentre l'Ensamble è un blend di agave selvatica maturata per 30-35 anni, con caratteristiche uniche a seconda del momento della raccolta. Questi due mezcal vengono distillati una prima volta in un alambicco di rame da 250 litri, mentre la seconda distillazione viene fatta in antichi vasi d'argilla. Un processo particolare, che combina la vivacità della distillazione in rame, con la morbidezza e la complessità aromatica che derivano dall'argilla. Il risultato è elegante, caratterizzato da aromi intensi e unico nel suo genere.



Tommy's Margarita

Ingredienti: 50 ml Corte Vetusto Mezcal Espadin, 25 ml succo di lime fresco, 10 ml sciroppo di agave, 1 lime per la guarnizione

Preparazione: aggiungere tutti gli ingredienti in uno shaker e riempire con ghiaccio. Agitare intensamente fino a che l'esterno dello shaker sia completamente raffreddato, quasi ghiacciato. Versare in un bicchiere colmo di ghiaccio a cubetti e guarnire con lime fresco. Gustare e lasciarsi conquistare dai sapori!

Nonostante i Maestri Mezcaleri sostengano con convinzione che il mezcal sia letteralmente "da baciare" e che quindi debba essere gustato puro per avere una migliore esperienza sensoriale e apprezzarne l'incredibile spettro di aromi e sapori, è altresì vero che con questo nettare si possono declinare svariate tipologie di cocktail, al fine di renderli più intriganti e ricchi di carattere. cod 61228

Elegance Distribution
via Farini 9 - 40124 Bologna
Tel 051 6486537
www.elegancedistribution.it

Da Carpano alla "Milano da bere" L'aperitivo, un rito tutto italiano



Qual è la tradizione più praticata dagli italiani al termine di una lunga giornata di lavoro? Esatto! L'aperitivo, senza dubbio uno degli appuntamenti più amati nel Belpaese. Da nord a sud, non esiste locale o cocktail bar che si rispetti senza una proposta di "stuzzichini" per accompagnare la propria bevanda, che sia vino, birra, Negroni o Spritz. Assolutamente differente dalle tapas spagnole, quella di cui stiamo parlando è un'usanza unica nel suo genere che, come la pizza, l'arte e la moda, rappresenta il culto del Made in Italy in tutto il mondo. Ovviamente, anche l'aperitivo ha una storia che vale la pena raccontare, fatta di episodi e di personaggi che ne hanno scritto le origini e segnato il successo.

Quali sono le radici di questa abitudine tutta italiana? Sfogliando fra i libri di storia del cocktail, le prime tracce del cosiddetto "padre di tutti gli aperitivi" risalgono al V secolo a.C., quando Ippocrate - il medico più celebre di tutta l'antichità - creò uno speciale elisir a base di vino, assenzio ed erbe perfetto per aprire lo stomaco degli inappetenti. Una ricetta che ha fatto la storia della mixology, tramandata nei secoli grazie allo sforzo dei frati alchimisti medievali, ai quali dobbiamo un'importante scoperta: a stimolare l'appetito non sono le proprietà dei singoli ingredienti, bensì il gusto amaro ottenuto dal loro mixaggio. Non c'è da stupirsi, infatti, che i principali drink proposti durante gli aperitivi abbiano retrogusti amari.

È, però, nel 1876 a Torino che l'aperitivo inizia ad assumere sembianze simili a quello di oggi. L'artefice di questa "rivoluzione" prende il nome di Antonio Benedetto Carpano: un piccolo venditore di bevande che ha dato vita al liquore per eccellenza, il Vermouth: una speciale miscela di vino aromatizzato e china, famosa per essere la bevanda alcolica preferita dal Re d'Italia Vittorio Emanuele II.

Ovviamente, la creatività italiana di quegli anni non si è fermata a Carpano. Di fatto, l'800 è il secolo in cui nascono alcuni must imprescindibili di questo rito tutto italiano, come l'Amaro Ramazzotti, una combinazione di 33 erbe prive della base di vino; il Martini, un vermouth composto di vino moscato ed erbe macerate; il Campari, il bitter rosso per eccellenza dalla ricetta segreta.

Infine, arriviamo alla "Milano da bere". Siamo a cavallo fra gli anni '80 e '90, quando in città iniziano a prendere piede i primi buffet - grandi quantità di stuzzichini e piccole riproduzioni di primi e secondi piatti a libero accesso -, che han dato vita alla nota "apericena": è questo il momento storico che sancisce il D-Day dell'aperitivo all'italiana così come lo conosciamo.

Nonostante le diverse interpretazioni regionali, oggi l'aperitivo è una cerimonia sociale diffusa in tutta la Penisola: un appuntamento immancabile della propria giornata per rilassarsi e divertirsi in compagnia di amici. cod 61014

La birra artigianale in Puglia si fa strada con tenacia


Manila Benedetto


di Giovanni Angelucci

Il nostro itinerario brassicolo continua e dal Lazio scendiamo verso sud arrivando nella lunga e variopinta Puglia. Qui ci attende **Manila Benedetto**, classe '81, appassionata di enogastronomia da sempre: si occupa di comunicazione enogastronomica, è degustatrice di vino, olio, salumi, cioccolato, la sua grande passione è la birra. Unionbirrai Beer Taster, referente Ubt per Puglia, Basilicata e Sicilia, docente per Unionbirrai e giudice in concorsi internazionali, docente nei Master of Food Birra e curatrice per la Puglia e Basilicata della guida "Birre d'Italia" Slow Food.

Qual è la situazione della birra in Puglia, la sua evoluzione negli anni?

La Puglia, terra vocata al vino, ha accolto con positiva curiosità l'avvento della birra artigianale. Uno dei birrifici pionieri del movimento, Birrificio Svevo, nasce nel 2002 nella città di Bari, dando dimostrazione di qualità di prodotto e di resilienza, in una realtà invasa da birre industriali. Dal 2002 ad oggi il mondo brassicolo pugliese è in continua crescita, con nuove aperture di piccoli e medi birrifici e la nascita di nuovi interessanti progetti di beerfirm. I consumi della birra artigianale sono in aumento, seppur restino una nicchia, al pari del consumo nazionale, ma è ormai normale vedere bottiglie di birra artigianale dalle piccole pizzerie fino ai ristoranti stellati. Nascono anche nuovi pub indipendenti, in cui si spilla solo birra pugliese. Interessante è l'evoluzione della parte culturale, con un aumento notevole di eventi, serate e corsi dedicati alla birra artigianale. Ultimo nato il festival A Sud, che si svolgerà a Conversano (Ba) dal 28 al 30 giugno e vedrà coinvolti 30 birrifici del Sud e i publican indipendenti; dal 9 al 12 novembre è in programma invece una fiera di settore, Beer Expo, alla Fiera del Levante. Interessante, nel trend positivo di produzione, anche la capacità dei birrai pugliesi di voler integrare spesso il territorio, sia inserendo ingredienti caratterizzanti e tipici, sia coinvolgendo i consumatori.

Per un itinerario brassicolo in Pu-

glia, quali sono le tappe imperdibili?

Contiamo davvero un gran numero di birrifici che meriterebbero di essere visitati ed assaggiati. Cito i birrifici che per età e tipologie di produzioni hanno segnato la storia della birra in Puglia. Partendo dal nord: Decimoprimo a Trinitapoli (birraio Michele Cognetti) di cui citerei soprattutto la linea Supertramp con fermentazioni spontanee in botte ed uso di frutta; Birrificio Svevo a Bari (birraio Vito Lisco) la cui "mano del birraio" è tra le più riconoscibili della regione, è lui il pioniere nella creazione della prima sour e della prima oud bruin pugliesi. Birranova a Triggianello (birraio Donato Di Palma), produttore di birre sempre di ottima beva e premiato nei maggiori concorsi, nonché produttore della Gose con acqua del mar Adriatico; Gruit a Brindisi (birraio Carlo Ancona) con birre franche e beverine; B94 a Lecce (birraio Raffaele Longo) che è stato tra i primi ad integrare il territorio con la sua Malagrika alla cotognata. A questi consiglio di aggiungere un birraio che ha segnato la via nella provincia di Foggia, Michele Solimando, che dopo anni come socio del birrificio Ebers ha lanciato nel 2017 il suo nuovo brand Rebeers creando anche una filiera agricola interna che gli consente di produrre la maggior parte delle materie prime utilizzate, luppoli compresi. Mi sento di voler segnalare anche tre belle realtà che vedono le donne protagoniste della produzione: Eclipse di Vittoria Ancona (da provare la Sunset blanche), Birrificio Bari di Paola Sorrentino (da provare la San Nicola 1087 con caffè) e Aleph di Rossella Orsini (da provare la White Ipa).

Birre pugliesi da assaggiare?

Tante. Oltre quelle che ho già citato in riferimento all'itinerario birraio, ci sono birre da provare per le loro caratteristiche di bevibilità e interpretazione dello stile di riferimento, come la A Sante, la stout di Malatesta; Wolowitz, una incredibile grodziskie di Lieviteria; la M22, maibock di Caput Ursi; la Galetta, ispirata alla steam beer di Daniel's; la Menella, neipa di Baff; tutta la linea Tiki Beer dedicata al luppolo de I Peuceti. Birre che raccontano il territorio, anche, come la Bianca del Gargano di Birra del Gargano con gli agrumi della zona o la Comare di Birrificio degli Ostuni (erbe dell'Alta Murgia). Infine tocchi di creatività riusciti in maniera ottima come la Marjas Trail con la canapa di Old476 e la birra al pane raffermo di Skipa bread Beer. In Puglia abbiamo anche due birrifici sociali, che reintegrano al lavoro persone con disabilità mentale: Sbam di Poggiorsini (suggerisco di provare la Tenace session apa) e Teste Calde (provate la brown ale, Tostata).

Pub e mescita: come è messa la regione?

Intorno al 2012-2013, mentre i birrifici crescevano di numero, i pub indipendenti stentavano a svilupparsi. Solo alcune piccole realtà sono riuscite a nascere, come il BlueBeat a Lecce, che resta l'unica vera birreria della regione, un luogo dove l'obiettivo principale è bere ottima birra mentre il cibo - come nella tradizione dell'Europa brassicola - non è previsto. Dal 2015 i pub indipendenti che spillano birra artigianale iniziano ad aumentare, arrivando oggi ad avere quasi un pub in ogni cittadina. Oltre al BlueBeat da visitare, se si vogliono provare birre artigianali italiane e pugliesi, il Prophet a Lecce, La Tana del Luppolo a Monopoli, Il Mugnaio ed il Tabir a Taranto, BurBeero - che spilla solo artigianali pugliesi - a Bari, dove segnalo anche Windigo, e ancora Bellinfusto a Ostuni, Macondo a Modugno, Fratelli di Pinta a Martina Franca, Oi a Putignano (solo mescita), Attenti al Luppolo a Noci. Una realtà che ha fatto scuola con le sue 30 spine è il Pecora Nera a Cassano, che però ad oggi ha scelto di dare più spazio alle produzioni straniere.



La Puglia della birra sta arrivando anche nelle sedi istituzionali di formazione. Corsi di degustazione inseriti in programmi universitari, nonché partnership di realtà come Unionbirrai con enti come l'Its Agroalimentare ed altri istituti di formazione secondaria. Anche negli istituti alberghieri e industriali spesso si organizzano corsi dedicati alla conoscenza del prodotto e alla sua produzione. Non ultima è l'istituzione della figura professionale del birraio voluta dalla Regione Puglia, circa la quale presto nasceranno dei veri e propri corsi professionalizzanti con riconoscimento del titolo. Insomma, in una regione che era dominata dalla presenza dei grandi brand industriali (con importanti sedi di produzione tra Bari e Taranto), il movimento delle birre artigianali sta cercando di farsi strada con tenacia. cod 61021



BIRRA CA' DEL BRADO PIÙ CHE UNA CANTINA, UN LABORATORIO

L'utilizzo del legno è da considerarsi come un ingrediente aggiunto della birra perché non conta solo ciò che era contenuto, ma anche il legno stesso con le proprie caratteristiche: porosità, assorbimento e profumi diversi per tipologia. Nel nostro Paese sono ormai diversi i birrai che si dedicano a questa tipologia, disegnando uno scenario appassionante. Ca' del Brado ne è un valente esempio, una cantina brassicola in cui fin dall'inizio l'idea era focalizzata sugli ambienti fermentativi a fare la differenza: lieviti selvaggi, batteri, il legno poi, altro protagonista, un contenitore adatto ad addentrarsi ulteriormente in tale direzione.

«Certamente l'ispirazione deriva dalla tradizione Belga e dai tanti produttori attuali che lavorano con il legno, ad esempio in America per citare un altro bacino importante di sperimentazione in tal senso», raccontano i quattro soci - Luca Sartorelli, Matteo D'Ulisse, Andrea Marzocchi e Mario Quark Di Bacco - che fanno base a Pianoro (Bo).

Non si tratta di un birrificio classico ma di una vera e propria cantina-laboratorio: «Studiamo vari progetti, dall'elaborazione del mosto (che facciamo produrre in birrifici esterni) all'utilizzo dei lieviti (brettanomiceti inclusi) e degli inoculi batterici, fino al percorso di affinamento. Una parte focale del nostro processo produttivo si svolge nel laboratorio del lievito, dove ci occupiamo di propagare, verificare e recuperare le nostre flore fermentative». (**G.A.**) cod 61010

LA "PRAGA PREMIUM PILS" PORTA IN ITALIA 200 ANNI DI STORIA



Arriva in Italia Praga Premium Pils, una birra Igp prodotta da Praga Brewing Group in Repubblica Ceca secondo le più antiche tradizioni birraie. Nel 2004 Praga Brewing Group acquisisce il marchio Praga Premium Pils e ne ridisegna il logo e le bottiglie. Praga Premium Pils rappresenta l'orgoglio di produrre non solo una superba birra Igp, ma un vero simbolo dell'autentico patrimonio ceco. Praga è una Pilsner lager a bassa fermentazione con una gradazione di 4,7. È caratterizzata da un colore ambra dorato e da un aroma morbido, invitante e piacevole; dolci note di malto, cereali e un pizzico di agrumi. Fresca, leggera e luppolata, Praga è perfetta in qualsiasi momento della giornata. cod 60577



"LA CASA DI CURA" QUANDO LA BIRRA FA BENE

La nascita ufficiale del birrificio avviene nel marzo 2013, ma già nel 2012 si erano avute le prime "cotte sperimentali". Parliamo del birrificio "La Casa di Cura" di Senarica (Te). Tonino Ventilii, Alfredo Giugno, Loreto Lamolinara e Luigi Recchiuti (fondatore del birrificio, uscito dalla compagine sociale nel 2016) decidono di trasformare in laboratorio un vecchio confetturificio a Senarica, sfruttando anche la vicina Fonte Mercurio da cui attingere per un'acqua purissima con bassa durezza e povertà di calcare.

Nella splendida cornice del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga è possibile assaggiare le tre birre diventate ormai storiche da cui tutto è iniziato, tra cui la grandiosa Tso che oltre ad essere un'Ipa è anche una bella idea perché pensata come una birra in continuo cambiamento in cui i mono-malto, mono-luppolo e mono-spezia di volta in volta cambiano, oltre alle altre etichette nel tempo diventate parte integrante di una famiglia allargata e di successo. (**G.A.**) cod 61071

Lisciotto a Torino, Petrosino a Bologna
Olio Riviera Ligure Dop
Il tour continua



Dopo la tappa-evento da Filippo La Mantia a Milano, il tour italiano dell'Olio extravergine di oliva Riviera Ligure Dop è proseguito al Turin Palace Hotel di Torino da Giuseppe Lisciotto e dallo stellato Emanuele Petrosino a I Portici Ristoranti, Bologna.

L'obiettivo rimane sempre lo stesso: creare un momento di formazione rivolto agli operatori Horeca torinesi, per far conoscere le caratteristiche distintive del prodotto Dop, non solo attraverso l'analisi organolettica ma anche tramite una degustazione realizzata ad hoc da chef di talento ed esperienza. I due eventi hanno seguito un identico format, ormai ben collaudato. In un primo momento la stampa di settore e i ristoratori della zona hanno potuto degustare i prodotti delle realtà olivicole che hanno preso parte agli appuntamenti.

«Le aziende interne al Consorzio - ha detto il direttore del Consorzio Olio Riviera Ligure Dop, Giorgio Lazzaretti - sono accomunate dal fatto che operano all'interno di una filiera controllata e certificata. Spesso consorzi e denominazioni vengono associati a vini, formaggi e salumi; tuttavia queste realtà esistono anche nell'olio, ed è per questo che cerchiamo di diffondere sempre di più, attraverso questi incontri, ormai da due anni, la conoscenza e la cultura dell'olio. Così facendo speriamo che operatori e consumatori comprendano che anche nel settore degli oli esistono eccellenze che sono certificate, controllate e garantite».

Si spalmano su tutto il territorio ligure gli olivicoltori Olio Riviera Ligure Dop che hanno partecipato ai due appuntamenti. Si comincia dal Golfo del Tigullio, con l'Azienda agricola Santa Barbara. Un'attività a conduzione familiare, nata bonificando terreni abbandonati. «Una piccola azienda di 6 ettari - ha detto Benedetto Costa - siamo a Santa Margherita Ligure, a Levante, facciamo quindi un olio un po' più leggero, un po' più delicato».

Si trova in tutt'altra zona, nei dintorni di Savona, l'Azienda olivicola Canaiella: produzione biologica, per il 96% varietà Taggiasca. «Noi facciamo solo un tipo di olio, Dop a monocultivar Taggiasca - ha detto Andrea Giannì - abbiamo un piccolo oliveto di circa mille piante che abbiamo creato noi da zero».

Affonda le proprie radici ad Oneglia (Im) l'azienda E. Amoretti di Lorenzo, dal lontano 1922. Un'azienda di circa 80 ettari, che punta ai 100 e che ha come obiettivi il recupero del territo-







rio e la qualità del prodotto. Proprio in questo periodo, come ha raccontato Alessandro Merano, si sta impiantando il nuovo frantoio. Una lunga storia quella del Frantoio di Sant'Agata di Oneglia, "piccoli produttori di grande qualità dal 1827". «Noi produciamo olio evo da 190 anni - ha detto Serena Mela - ci dedichiamo in particolare alla lavorazione dell'oliva taggiasca come oliva da tavola, proponendo anche prodotti come l'oliva essiccata o l'oliva candita».

Non per tradizione ma per studio e passione: queste le ragioni da cui nasce Lucchi e Guastalli. Il merito va a Marco Lucchi, agronomo, che nel 1995 ha avviato un'azienda che è stata «la prima ad essere certificata Dop. Noi siamo a La Spezia, estremo Levante, in val di Magra».

Riviera Ligure Dop, sottozona Riviera dei Fiori: Olio Anfosso è un'azienda di famiglia nata nel 1945 e portata avanti oggi da Alessandro e Alfredo Anfosso. «Tutto è cominciato nella valle di Oneglia con mio nonno che faceva il mezzadro, poi mio padre ha impiantato il primo frantoio, infine siamo arrivati io e mio fratello, che oggi esportiamo in tutta Europa».

La più grande azienda per dimensione è la Società agricola Olivicoltori Sestresi, una realtà nata a fine anni '70 con 23 soci, ma che oggi ne conta 1.660 estesi su 600 ettari. «Noi siamo parte del Consorzio da sempre - ha chiarito Marco Cusinato, vicepresidente della cooperativa - il nostro olio proviene dalle olive che i nostri soci conferitori cedono alla cooperativa».

In entrambe le tappe uno spazio è stato riservato ad una degustazione dell'olio del Consorzio guidata da Luigi Caricato, oleologo, direttore di testata e organizzatore dell'OlioOfficina Festival.

Momento clou per entrambe le tappe indubbiamente la felice scoperta dei riusciti abbinamenti tra l'Olio Riviera Ligure Dop e i piatti dei due giovani ma capaci chef.

Un olio con «caratteristiche organolettiche speciali, veramente delicato e trasversale, che si abbina e si sposa perfettamente con tutte le preparazioni della cucina, dall'antipasto al dolce». Questo il presupposto che ha permesso a Giuseppe Lisciotto di servire piatti equilibrati, ricchi di gusto e capaci di valorizzare l'eccellenza dell'Olio Riviera Ligure Dop, come ad esempio il Carpaccio di Cuore di bue ligure ed estratto di gazpacho condito con Olio evo Riviera Ligure Dop, il Risotto mantecato all'Olio evo Riviera Ligure Dop, acciughe e limone, il Filetto di ricciola cotto a bassa temperatura in olio cottura Evo Riviera Ligure Dop, asparago di Santhià e polvere di olive taggiasche o ancora la Quenelle di gelato al latte di capra con involucro di Olio evo Riviera Ligure Dop.

Emanuele Petrosino è già abituato ad avere a che fare con oli di grande qualità - non per altro I Portici Ristorante ha un carrello degli oli che spazia dalla Sicilia al Nord Italia. «L'Olio Riviera Ligure Dop è un olio davvero di altissimo livello. In quest'occasione ho cercato di abbinarlo al meglio, dalla parte cruda a quella cotta, dal dolce al salato, con quattro proposte che rientrano nella filosofia della mia cucina, una cucina italiana e mediterranea». Da un inizio perfettamente riuscito con la Mozzarella, panzanella all'Olio Riviera Ligure Dop, ad altri piatti quali il Tortellone ai 5 pomodori e pesto all'Olio Riviera Ligure Dop, la Guancia di manzo con patate morbide all'Olio Riviera Ligure Dop e spinacini, per finire con una Creme brule all'Olio Riviera Ligure Dop. cod 60814 e 60958

Olio di qualità al bivio



di Fausto Borella



Esportarlo o promuoverlo in Italia?

Vent'anni fa pensavo che il problema per tutti i produttori di qualità, fosse dove reperire olio una volta terminato per l'eccessiva richiesta di consumatori, i ristoranti e i pubblici esercizi in generale. Era talmente buono, anche se il prezzo era piuttosto alto, che lo avrebbero ordinato prima ancora che venisse franto. Ce l'ha fatta brillantemente il vino, con un mercato sempre in grande espansione sia tra le nostre mura amiche, sia all'estero. Per non parlare per esempio della birra artigianale, che oggi conta più di 800 micro birrifici di altissima qualità che riescono a entrare nelle nuove pizzerie gourmet delle grandi città, come nelle osterie di periferia.

E per l'olio extravergine di qualità? Sempre la stessa storia, da quattro lustri o forse più. Esiste una rete commerciale, (gli inglesi la chiamerebbero lobby, i colombiani cartello), che riescono a mantenere basso il prezzo di un grasso che fanno passare per extravergine, a discapito dei seri, e ancora per poco probabilmente innamorati dell'olivicoltura che con fatica e sacrificio, continuano a imbottigliare il loro nettare.

E allora che fare per questi paladini del vero made in Italy dell'agricoltura? Ci sono due macro strade che possono aiutare i nostri oliandoli; la strada del commercio estero, bramando giorno e notte che arrivi una mail di richiesta di un bancale del loro extravergine migliore per la ricca Europa del nord o per qualche regione degli States; o dalla sorprendente e sempre più ricca Cina.

Oppure, come farebbe un bambino, che cerca di sistemare i suoi mattoncini uno per uno, finché non termina la sua creatura, i produttori e gli opinion leader, possono provare la strada dell'assaggio fatto con dedizione e cura a ogni consumatore, sommelier o turista che passasse all'interno dei nostri confini nazionali per comprendere, una volta annusato e assaggiato l'olio da 5 € al litro, che quello da 15 o 20 €, sia davvero quello eccezionale, che andrà a esaltare le nostre pietanze e soprattutto che aiuterà la nostra salute. Ovviamente il secondo passaggio è il più lungo, logorante e forse più incerto, ma senz'altro la soddisfazione ricevuta nel vedere acquistare una bottiglia di olio buonissimo rispetto a quello anonimo e spesso difettoso, è indescrivibile.

Noi, insieme all'Accademia Maestrod'olio, cercheremo di portare in giro per l'Italia, soprattutto quella turistica, il profumo delle decine e decine di varietà disseminate in tutte le vallate, i litorali e le colline dei nostri paesi. Un lavoro che durerà tutta l'estate, per invitare, convincere e sconvolgere, tutti quei consumatori che, ancora oggi, ignorano quale sia l'olio di estrema qualità rispetto a un olio anonimo. cod 61188

DIAMONDS
HOTELS & RESORTS

KENYA - MALDIVES - MOZAMBIQUE - ZANZIBAR



Le cultivar del territorio fanno crescere l'olio d'oliva umbro

L'Umbria ha visto crescere in un anno del 20% la produzione di olio d'oliva. Nella regione crescono cultivar come San Felice, Dolce Agogia, Raja, Leccino Frantoio e Moraiolo. Tuttavia, non tutto il territorio umbro si presta alla coltivazione dell'ulivo, che è esclusiva delle zone collinari tra i 200 e i 500 metri d'altitudine, e in particolare nei pressi del lago Trasimeno, nelle zone di Assisi, Spoleto e nelle vicinanze di Todi ed Orvieto.

Coltivata per una superficie di 27mila ettari, con circa 7 milioni di piante e dotata di circa 250 frantoi, vanta, negli ulivi delle zone di Assisi ed Orvieto, il primo sito italiano patrimonio Fao.

L'Umbria può andare fiera del proprio 85% della produzione di olio evo di alta qualità, così come il ricco patrimonio artistico e culturale. Ad elencare Assisi e i suoi luoghi sacri, Spoleto con il suo centro storico, Gubbio, Todi, Norcia, malgrado le recenti ferite inferte dal terremoto, Cascia, Perugia e tante altre, si rischia la banalità, ma se vi recate nei pressi di Bettona, un paesino di "350 metri di lunghezza", come dicono gli abitanti del luogo, si passa di fianco ad Assisi e a Spello, trovando oli pregiati che fanno sentire la passione e l'amore per il lavoro.

Gli ulivi di quella zona, in determinate ore della giornata, prendono quasi un colore argentato, sanno di magia a cielo aperto, così come l'olio che ne scaturisce che rende i piatti locali dei veri e propri capolavori del gusto. Come non ricordare i primi a base di tartufo o l'impastoiata, che è una polenta con fagioli bolliti e salsa di pomodoro, oppure le lenticchie di Castelluccio o le Ciriole alla ternana, che è una pasta simile ai pici toscani, ma preparata solo con acqua e farina su cui trova una perfetta sintonia anche un blend di Frantoio e Leccino che esaltano il sapore dando fascino. Insomma, in Umbria batte un cuore pieno di sapori e tesori. Ed è dovere di tutti noi cercare di tenerlo vivo.



di Fulvio Raimondi

cod 60996

Ota Vis

LEONE BEST PACKAGING

Zona di produzione: Bagnoli della Rosandra - Boljunec, Trieste
Altitudine: 50 m slm
Varietà: monocultivar Bianchera - Belica, varietà autoctona della provincia di Trieste
Raccolta: manuale con agevolatori
Molitura: a freddo, a estrazione continua per centrifugazione, frantoio a due fasi
Aspetto: limpido
Colore: giallo-verde
Profumo: fruttato medio con sentori di foglia d'olivo ed erbe aromatiche
Sapore: note che rimandano a erbe aromatiche, noce, mandorla e carciofo. Leggero tocco amaro e piccante alla fine.
Acidità media: 0.18%
Impiego: ideale per esaltare carni rosse, zuppe di legumi, crostacei, funghi porcini
Confezioni: 250 ml e 100 ml



Azienda Agricola Ota Ilija
Bagnoli della Rosandra - Boljunec 357
34018 Trieste - Tel 339 3727162
www.otaoliveoil.com



Leoni d'Oro dell'extravergine Pioggia di premi sul Garda

di *Renato Andreolassi*

Mariapaola Gabusi è un vulcano di idee ed entusiasmo, «perché - dice - fare l'olio buono è raccontare i sogni». In qualità di presidente di Olive & Italy ha ripreso il concorso internazionale Leone d'Oro Mastri Oleari. Un concorso semi-dimenticato, che dal prossimo anno si chiamerà solo Leone d'Oro, che Mariapaola Gabusi sta rilanciando alla grande. Sulla sponda bresciana del lago di Garda, dopo aver testato per 6 mesi oltre 200 extravergini provenienti da tutta Europa, ma anche da Marocco, Tunisia, California e Brasile e naturalmente dall'Italia, si è tenuta la finale con la proclamazione dei migliori oli. Sul podio, al primo posto la Spagna seguita dall'Italia e dall'Istria. A Pulciano, minuscola e suggestiva frazione di Toscolano Maderno, la due giorni finale di assaggi con grande festa all'ombra degli uliveti secolari.

Queste le etichette premiate:

Blend Italia:
- Oro di Rufolo, Don Gaudio, Az. Agr. Ortoplant
- Mimi Blend, Donato Conserva

Biologico Italia:
- Dop Umbria Colli del Trasimeno, Az. Agr. Batta
- Franci Bio Frantoio, Frantoio Franci

Monovarietali Italia:
- Risveglio, Massimo Mosconi Emozione Olio
- Vega, Fattoria Ambrosio

Piccoli produttori Italia:

- Oro dei Tatanni, Il Casino di Sala
- Infiore, Tommaso Fiore

Leone Social (*assegnato da una giuria di esperti dei social, tra cui l'artista Bernulia, che ha anche realizzato il logo utilizzando fiori, piante ed essenze della natura, la web influencer Olivia Gama, le blogger di Olissea*):

- Trep, Paolo Bonomelli Boutique Farm

Leone Kids (assegnato dai bambini della Quarta elementare di Toscolano dopo aver seguito una breve lezione di degustazione):

- Origini Denocciolato, Casaliva Olio Cru (Riva del Garda, Trento)

Leone Best Packaging:

- Italia - Ota Ilija
- Italia - Tenute Salmareggi
- Estero - Nobelza del Sur

Blend estero:

- Venta del Baron Muela Olives
- Atilio Bianchera, Opg Chiavalon

Biologico estero:

- Oro del Desierto R. Alonso Aguilera
- Rincon de la Subbetica, Almazaras De La Subbetica

Monovarietali Estero:

- Oro Bailen Hojiblanca, Aceites Oro Bailen
- Conde de Mirasol, Hojiblanca

La presidentessa di Olive & Italy, Mariapaola Gabusi, negli ultimi anni ha preso le redini del concorso, che con le sue 28 edizioni, è uno dei più longevi. Mariapaola, bresciana, un passato da fotografa di sport estremi che l'ha portata in giro per il mondo, è arrivata all'olio per caso, quando si è trasferita sul Garda nella casa che oggi è la sede dell'associazione e lo scenario che ha ospitato la finale. Qui c'è un uliveto che lei ha deciso di valorizzare: ha frequentato corsi, si è specializzata, è diventata capo panel. cod 60802



Cresce il palmares di Frantoio Franci

L'olio di oliva fa bene. Se oggi la cultura dell'olio di qualità è forte in Italia e nel mondo si deve alla cura, all'attenzione e dedizione di quei produttori che hanno messo davanti a tutto l'eccellenza e la qualità. Uno di questi è Giorgio Franci, titolare del Frantoio Franci. Come ci è riuscito? Un ruolo importante va alla qualità dei suoi oli, dieci etichette, ognuna differente e prodotta nell'assoluto rispetto dell'ambiente e della materia prima: olive verdi, profumate, piccanti e amare, come vuole la tradizione.

Altro fattore determinante è la passione, che si esprime con una filosofia aziendale basata su concetti chiave come terroir, interpretazione e selezione. E poi l'innovazione: politiche ambientali sostenibili, un team coeso e affiatato in un lavoro di squadra quotidiano e proposte sempre nuove.

Ogni anno, a conferma di un lavoro ben fatto, Frantoio Franci viene ricompensato da numerosi riconoscimenti e, ad oggi, conta più di 530 premi nazionali ed internazionali vinti. Oltre al titolo di Azienda dell'anno 2019, conferito dalla Guida Flos Olei curata da Marco Oreggia e dalla Guida Oli d'Italia di Gambero Rosso, questo 2019 ha portato il 5° Leone d'Oro per il biologico italiano del Frantoio Franci. cod 61225

Franci Bio

LEONE D'ORO - BIOLOGICO

Zona di produzione: colline della Val d'Orcia e della Maremma Toscana
Altitudine: 50-500 m slm
Varietà: Frantoio, Moraiolo, Leccino, Olivastra Seggianese ed altre in percentuali minori
Raccolta: manuale con agevolatori elettrici
Molitura: impianto a ciclo continuo
Aspetto: limpido da filtraggio
Colore: giallo con riflessi verdi
Profumo: fruttato leggero/medio, netto oliva, note fresche di foglia di carciofo e di pomodoro
Sapore: fresco, pulito, vegetale. Si apre con una lieve sensazione dolce seguita da una gradevole e armonica carica piccante
Acidità media: 0.2
Impiego: a crudo su insalate, bruschette, pinzimonio, piatti di pesce, ottimo per la preparazione di maionese e dolci
Confezioni: 0,5 l - 0,75 l - 3 l - 5 l



Frantoio Franci
via Grandi 5 - 58033 Montenero d'Orcia (Gr) - Tel 0564 954000
www.frantoiofranci.it



BUONUMORE E BENESSERE IN UNA TAZZINA DI CAFFÈ

L'Italia è il Paese in cui il **caffè è un rito**, un **concentrato di consuetudini**, **di pause**, **di piacere infinito** da cui non possiamo e non vogliamo sottrarci

Se ci si ferma dieci minuti in un bar ad ascoltare, si rimane folgorati dalle infinite sfumature ricercate in una tazzina di caffè: ristretto in tazzina bollente, in vetro leggermente basso, macchiato con schiuma, lungo in tazzina di vetro, doppio, macchiato con latte freddo.

Nel caffè ritroviamo tanto di noi: la voglia di socializzare, di progettare, di procrastinare, di realizzare i sogni, di leggere il futuro, di darsi una mossa, davanti a un caffè per noi italiani tutto diventa possibile. Nel resto del mondo il vento cambia: il caffè è lunghissimo, in quei bicchieroni immensi, a noi non sembra nemmeno caffè ma una brodaglia utile solo a sfoggiare la mug preferita e scaldarsi le mani! Di gusto e aroma del caffè siamo noi i veri intenditori. Dalla moka in poi, tutti abbiamo nel dna il profumo del caffè e ora ci siamo lasciati affascinare anche dalle magnifiche cialde, in linea con i tempi e le esigenze sempre più fast.

Da un punto di vista nutrizionale il caffè contiene sostanze molto attive e benefiche. In primis la caffeina, che stimola la secrezione gastrica e biliare quindi a fine pasto facilita la digestione, è una sostanza nervina con effetto corroborante sul sistema cardiovascolare e sul sistema nervoso centrale, promuove la lipolisi ossia stimola l'utilizzo dei grassi a scopo energetico.

Oltre alla caffeina, nel caffè sono state isolate diverse molecole con effetto antiossidante. Bere un caffè, in sintesi, è come accendere il turbo e fare il pieno di buonumore. Uno o due caffè al giorno sono la dose con effetti vantaggiosi per la maggioranza delle persone, ma attenzione ad aumentare: molti caffè presi in un giorno possono avere un effetto paradosso perché le proprietà benefiche sono dose dipendenti, un caffè di troppo può favorire l'insorgenza di gastrite, insonnia, tachicardia, ipertensione, cistiti ricorrenti, vampate di calore e pure aumento di peso corporeo a causa dello zucchero aggiunto nel caffè! In tutte queste condizioni conviene rallentare, meditare e aggiungere tempo per lo svago e per praticare più volte a settimana attività fisica moderata (cammino, corsa, nuoto). Buon caffè a tutti! cod 60991



di Sabrina Severi
Biologa nutrizionista

INTOLLERANZE & CO

Intolleranza al lattosio

Sempre attenzione all'etichetta

Circa il 70% della popolazione europea soffre di disturbi legati all'intolleranza al lattosio, ovvero sono afflitti da sintomi causati dall' incapacità di digerire il principale zucchero del latte. La mancanza di un enzima che si chiama lattasi, presente nelle cellule del nostro intestino, che concorre alla digestione del lattosio assunto, provoca effetti indesiderati come pancia gonfia e tensione addominale, fino a degenerare in disturbi più seri al colon nei casi di intolleranza più grave.

Chissà quante volte vi sarà capitato di avere la spiacevole sensazione di "sentirsi scoppiare" o la percezione di avere l'intestino facilmente irritabile, magari anche solo dopo aver mangiato poco o cibi apparentemente "innocui", la spiegazione di tali fastidi potrebbe risiedere in un'intolleranza alimentare come quella al lattosio, che oggi approfondiremo insieme.

Avere la percezione del gonfiore addominale e la sensazione di un accumulo di gas nello stomaco e nell'intestino, sono dei validi indizi per farci capire che il nostro regime alimentare non è corretto. Dopo aver escluso che questi sintomi non sono collegabili a cause estemporanee quali stress o pasti consumati troppo velocemente, probabilmente effettuando le opportune indagini diagnostiche, si scoprirà di essere intolleranti al lattosio.

In questo caso sarà opportuno eliminare dalle proprie tavole non solo il latte e i suoi derivati, ma anche tutti quegli alimenti che ne sono composti in minima parte. Il primo rimedio semplice ed efficace per limitare i fastidi legati all'intolleranza al lattosio consiste proprio nel ricordarsi di leggere ogni volta l'etichetta dei prodotti che si stanno acquistando, sia alimentari che farmaceutici. Bisogna ricordarsi sempre che il latte si trova quasi ovunque nella nostra dieta di tutti i giorni e quindi per chi soffre di intolleranza è opportuno non farsi cogliere impreparati anche di fronte a quei prodotti che utilizzano il lattosio come ingrediente marginale.



di Tiziana Colombo

Un' altra strategia funzionale ed efficace per le persone che sono intolleranti al lattosio è la riscoperta di buoni sostituti del latte quali ad esempio il latte di soia, il latte alle mandorle, il latte di farro e quello di riso. Oltre ad essere privi di lattosio, questi tipi di latte vegetale non contengono nemmeno colesterolo e assunti nelle giuste quantità sono in grado di fornire al nostro organismo un buon apporto energetico.

Per concludere vi ricordo di non eliminare dalle vostre tavole il Parmigiano e il Grana: a differenza di ciò che si crede comunemente, il contenuto di lattosio al loro interno è davvero minimo e ben tollerabile dalla maggior parte delle persone, inoltre non dimentichiamoci che sono una fonte indispensabile di calcio per chi soffre di tale disturbo. cod 61227



Da Pala e Matterello pizze secondo stagione



I LOCALI DEL CUORE CIRIO 1856 Alta Cucina

Giuseppe Pesare, di Manduria (Ta), ha 25 anni e ha iniziato a fare il pizzaiolo quando ne aveva 18. Nel **2015 si è trasferito in Toscana**, dove ha lavorato in locali di tradizione napoletana. Poi ha spiccato il volo

«Ho avuto modo di collaborare per un evento con Gennaro Nasti, chef pizzaiolo del titolato Bijou di Parigi, secondo classificato nella graduatoria 50 Top Pizza Europa 2019», racconta Pesare. «Un'esperienza più che positiva, tanto che Nasti ha fatto il mio nome a Giovanni Santarpia, con cui ho collaborato dal 2017 in diverse occasioni. Ho imparato molto con lui». Un maestro coi fiocchi: Santarpia si è infatti imposto per la categoria Pizzaioli nella recente edizione del sondaggio "Personaggio dell'anno dell'enogastronomia e dell'accoglienza - Premio Italia a Tavola".

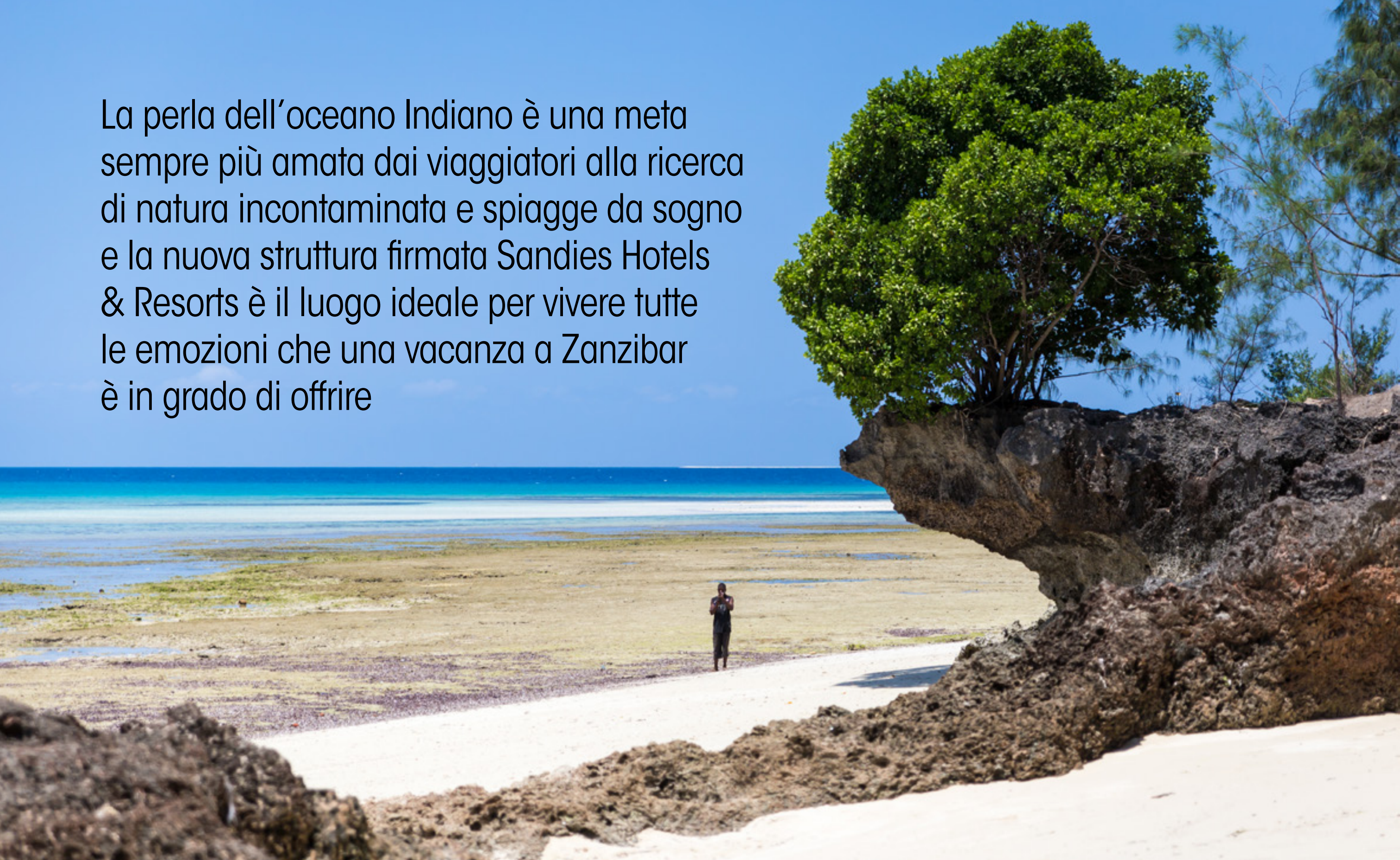
Un “cursus honorum” che ha permesso a Giuseppe Pesare di guidare l’area pizzeria di Pala e Matterello, locale inaugurato da un paio d’anni a Sesto Fiorentino (Fi). Quarantacinque coperti, è risto-pizzeria, bar e pasticceria artigianale. Qui girano 450 pizze alla settimana, realizzate con impasto ottenuto da farina macinata a pietra e maturazione dalle 36 alle 48 ore. «Leggero e digeribile - spiega Giuseppe - l’impasto viene proposto in tre tipologie: classico, integrale e creativo, che può essere alla curcuma così come al pomodoro».

La carta di Pala e Matterello presenta una quindicina di pizze, tra tradizionali napoletane e di ricerca. Punti fermi: la stagionalità e l’utilizzo di materie prime solo di alta gamma. «Seguendo questa linea - sottolinea Giuseppe - per quanto riguarda i pomodori ci siamo affidati a Cirio Alta Cucina, di cui utilizziamo I Pelati. Li spezziamo a mano e li stendiamo sulla pizza con un po’ di sale prima di infornare. Prodotti naturali dal bel colore rosso vivo, vantano un’ottima acidità e sviluppano un aroma fuori dal comune che rimane costante e si mantiene integro anche dopo la cottura. Valore aggiunto di cui godono anche le ricette che elabora lo chef nella cucina di Pala e Matterello».

I Pelati sono il prodotto simbolo di Cirio Alta Cucina: grandi e corposi, hanno un’elevata resa grazie alla ricca salsatura e all’elevato peso sgocciolato. Sono adatti per ogni tipo di preparazione, proprio come ha puntualizzato Giuseppe. Tra le sue pizze ama ricordare l’intramontabile Marinara e la Burrata, a base di passata di pomodoro e, in uscita, rucola, prosciutto crudo, pomodorini e burratina al centro. cod 61092

Pala e Matterello
via Gramsci 584 - 50019 Sesto Fiorentino (Fi) - Tel 055 4554321
www.cirioaltacucina.it





Sandies Baobab Beach Zanzibar

Dove tutte le vacanze si avverano

Zanzibar, perla dell'oceano Indiano, è un paradiso di spiagge bianche di finissima sabbia corallina, acque cristalline e fondali spettacolari abitati da una miriade di creature marine, natura rigogliosa e generosa, tanto da essere riconosciuta Patrimonio dell'Unesco fin dal 1960. L'arcipelago, grazie alla sua posizione strategica e alle sue ricchezze, è stato per secoli crocevia di scambi tra l'Africa orientale, l'oceano Indiano, la Cina e l'Europa ed è un luogo in cui le diverse culture convivono armonicamente. Oggi è amato da viaggiatori di tutto il mondo per i suoi paesaggi di inaudita bellezza, per l'atmosfera dai mille colori e dal sapore speziato e per il clima tropicale che la rende una meta perfetta quasi in ogni stagione.

Sandies Baobab Beach è il luogo ideale per vivere tutte le emozioni che una vacanza a Zanzibar è in grado di offrire. Da poco inaugurato, è la nuova destinazione firmata Sandies Hotels & Resorts, marchio di Planhotel Hospitality Group in forte crescita: questa apertura si accompagna infatti a quella di Sandies Bathala Maldive e va ad aggiungersi a Sandies Tropical Village Kenya, ampliando ulteriormente l'offerta di vacanza del brand.

Sandies Baobab Beach sorge lungo la famosa spiaggia bianca di Nungwi, sulla punta settentrionale di Zanzibar, a 50 km al largo della costa orientale della Tanzania e pochi gradi a sud dell'Equatore, e deve il suo nome ai maestosi e secolari alberi che costellano il Resort, connotandolo come un'oasi tropicale immersa nella natura. Le 105 camere (Swahili, Garden, Family, Superior, Deluxe), spaziose e luminose, circondate dal verde



dei giardini lussureggianti e dal blu cristallino dell'oceano Indiano, soddisfano le diverse esigenze di famiglie, coppie e gruppi di amici. Sono caratterizzate da un mix tra il più originale stile Swahili e l'inconfondibile gusto italiano che dà luogo a un'atmosfera contemporanea ma allo stesso tempo calda, romantica e accogliente.

Questa incantevole location, dagli spazi ampi e luminosi, offre un'ospitalità calorosa ma non invadente, disinvolta e amichevole, e soddisfa in modo professionale le richieste dei più alti standard di qualità ed efficienza. Al Baobab Beach Zanzibar ciascun ospite, adulto, ragazzo o bambino, può vivere la vacanza secondo i propri desideri: dallo sport allo snorkeling e al diving (che emozione nuotare tra i delfini e le tartarughe della riserva marina dell'Isola di Mnemba!), fino alle escursioni per conoscere i tesori dell'isola. Imperdibili quella alla riserva naturale Jozani, che ospita la rara scimmia Red Colobus ed è abitata da innumerevoli specie di farfalle, e la visita alla vicina Stone Town, città patrimonio dell'Unesco dove convivono antiche chiese, moschee e colorate case appartenute a mercanti provenienti da diversi continenti (proprio in una di queste è nato Freddie Mercury), con lo shopping al mercato notturno di Forodhani e, per gli appassionati di musica, il Busara Music Jazz Festival, festival internazionale organizzato ogni anno, caratteristico e di grande qualità, che vale la pena seguire.

Per una pausa di bellezza e benessere Mvua African Rain Spa, un'oasi di relax per il corpo e la mente che fin dal nome - in Africa, rain, pioggia, significa vita e rinfresca dopo il calore del giorno, reidratando il terreno, risvegliando i sensi ed esaltando i profumi della natura - rimanda alla bellezza e alla magia dell'ambiente, proponendo trattamenti che si rifanno ad antiche tradizioni, a base di ingredienti naturali (piante, fiori, sale, cereali, spezie, miele selvatico e zucchero non raffinato).

L'offerta "all inclusive" permette di modulare secondo i propri gusti le scelte a colazione, pranzo e cena presso il ristorante a buffet The Beach Gallery, che offre il meglio della cucina di ispirazione mediterranea e internazionale, senza dimenticare la tradizione locale: i più curiosi infatti potranno sperimentare anche serate dedicate alla tavola zanzibarina i cui sapori si mischiano alle influenze arabe, portoghesi, indiane, inglesi e cinesi, frutto delle culture che hanno contraddistinto la storia dell'isola. Il resort, in un'ottica di sostenibilità ambientale, applica una politica attenta allo spreco alimentare e alla riduzione degli ingombri. Diffuse in tutta la location aree bar self service con acqua, tè e tisane proposte in dispenser.

Non resta che prenotare una vacanza! cod 60739

Sandies Baobab Beach
Nungwi, Zanzibar (Tanzania)
Tel +255 659 799557
baobabzanzibar.sandies-resorts.com

Il Porticciolo

Una stella sul lago per tutto l'anno



Riccardo e Giovanni Bassetti, Elisabetta Ballerini

Scavato nella roccia, con affaccio sul lago Maggiore, Il Porticciolo coniuga l'ospitalità calda di un tempo con una cucina che ha dimostrato di "strameritare" la stella. Yin e Yang dell'accoglienza italiana "tutta in famiglia": sì, perché Il Porticciolo nasce nel 1981 dalle mani di **Giovanni Bassetti**, uomo che s'è fatto da solo lontano dai riflettori, ed **Elisabetta Ballerini**, di una genuina cordialità che non è più facile trovare in strutture di così alto livello.

Dalla strada che veloce costeggia il lago si scende di quattro livelli. Un'enorme vetrata separa gli ambienti caldi ma moderni dei locali da un flebile sole d'inizio estate che si sfrange al tramonto contro le montagne ancora innevate. Qui gli spazi dedicati e all'osteria-bistrot dell'hotel e al ristorante gourmet egregiamente gestito da Elisabetta, padrona della sala e "mediatrice" tra l'ospite e la cucina, regno del figlio Riccardo. **Riccardo Bassetti** è la nuova generazione, un'ondata di freschezza per una struttura che continua a rinascere e ad echeggiare fino alle porte di Milano. Al "suo" Porticciolo il giovane chef stellato realizza una cucina che è «territorio, tecnica e bontà. Un percorso che vale il viaggio».

Un viaggio che passa per quei «prodotti ancora poco conosciuti, il pesce di lago, i formaggi, le erbe di montagna, la selvaggina» e che trae spunto, senza affanni o paure, dalla grande tradizione italiana; un viaggio che non dura una stagione, ma tutto l'anno: «Mangiare sul lago non dev'essere un'esperienza limitata all'estate. Il paesaggio è variegato, i prodotti sono tanti».



di Marco Di Giovanni

Due esempi su tutti? Crudo di gambero con salsa romesco, olio, basilico e carta di crostacei. «Il corpo è fatto di tartare, le antenne e le zampe sono fritte, si mangia tutto»: bellissimo gioco di consistenze; «Il resto del carapace è fatto in "carta" per amplificare il sapore del piatto», in linea con l'attualissima tendenza "antispreco". Lo Spaghetto iodato con olio di aneto e neve di rafano, studiata rivisitazione-alla-lontana dello spaghetto alle vongole, bell'esempio di un'italianità filtrata e intrisa di esperienza e territorio. cod 61120

Il Porticciolo Hotel
via Fortino 40 - 21014 Laveno
Mombello (Va) - Tel 0332 667257
www.ilporticciolo.com




foto Thomas Wörndle

L'estate altoatesina del Tratterhof

Siamo a 1.500 metri sopra il livello del mare, nella soleggiata Maranza, per un soggiorno di relax e benessere al Tratterhof, ideale per coloro che desiderano un'estate "attiva". Ampio infatti il programma che la struttura propone per la bella stagione. Dalla Camminata per una corretta respirazione, durante la quale i partecipanti, accompagnati dalla proprietaria Evelyn, imparano esercizi di respirazione che aiutano a sentirsi meglio, al Bagno nel bosco, una vera chicca per il Tratterhof: in compagnia della guida alpina Alfred, si vive un'esperienza unica tra prati pittoreschi e boschi che invitano alla meditazione.

Diverse le escursioni che l'ospite può scegliere, al termine delle quali è possibile rilassarsi nell'area benessere indoor e outdoor Monte Silva spa. Stiamo parlando di un'area benessere di 3.500 mq, una delle migliori di tutto l'Alto Adige. Tra gli immancabili classici a cui un'area benessere di tale portata non può rinunciare, come non citare le gettate di vapore? Di diverso tipo - ai frutti, alla birra, alle vitamine - ogni gettata, eseguita dal maestro della sauna con oli essenziali bio, è unica e con effetti benefici mirati.

Non finisce qui l'offerta di quella che si presenta come un'oasi saunistica unica, con ampie zone relax, un giardino privato e vista sulle Dolomiti. Otto ad esempio le saune della Monte Silva spa, una finlandese, esterna, con una temperatura di 80-90°C, aperta anche di notte; la biosauna dress-on, 60°C con ingresso consentito anche alle famiglie con bambini; due saune a raggi infrarossi: il calore della luce regala numerosi benefici, in particolare alla schiena. Poi due grandi piscine, una interna ed una esterna e, ciliegina sulla torta, l'infinity pool per godere di una sana nuotata sotto il cielo dell'Alto Adige. L'hotel Tratterhof, sempre attento alle esigenze del cliente, ha introdotto nella sua ampia offerta anche un nuovo approccio al benessere, la Cell-re-active-training, una terapia di riattivazione cellulare per promuovere e mantenere la salute. Questo metodo di trattamento dà all'organismo la possibilità di regolare e rinnovare se stesso in maniera autonoma. Si rivolge in particolare a coloro che soffrono dai semplici dolori alle malattie croniche e si basa sul metodo Theralogy, praticato in loco dal terapista Eduard Mutschlechner.

Ad accompagnare il benessere tra spa e trattamenti, c'è una cucina composta da soli ingredienti genuini e locali, con un'attenzione particolare alle intolleranze alimentari. Chicca di quest'offerta variegata è il bistro, immerso nel centro benessere cod 61314

Bergidyll Hotel Tratterhof
via Großbergstr 6 - 39037 Rio di Pusteria (Bz) - Tel 0472 520108
www.tratterhof.com



Il sogno delle Maldive

Tutto inizia dal sogno di trovarsi su una spiaggia esotica, a sorseggiare un cocktail sotto una palma prima di immergersi in acque turchesi, di un colore quasi abbagliante. Le Maldive nell'immaginario collettivo sono questo da sempre: una destinazione da sogno, scenari da cartolina. E il meglio delle Maldive è racchiuso in una piccola isola nell'atollo di Ari Nord, Halaveli, la cui forma ricorda il tipico dhoni maldiviano (imbarcazione). Qui sorge il Constance Halaveli, meta ideale per chi vuole vivere appieno la natura maldiviana senza rinunciare al lusso firmato Constance e alla massima privacy. Le "water villa" di circa 100 mq, con piscina privata, sono sistemazioni che lasciano senza fiato: non appena varcata la soglia si ha la sensazione di essere davanti al più bello spettacolo del mondo, grazie a immense vetrate vista oceano. Halaveli, affiliato al prestigioso brand The Leading Hotels of the World, ha un'anima zen capace di donare equilibrio a ogni elemento ed è il luogo perfetto per trascorrere una luna di miele 5 stelle lusso.

Sono moltissime le esperienze romantiche da condividere con la persona amata: il breakfast dhoni ad esempio, una colazione privata a due a bordo di un dhoni tradizionale, la wine tasting in laguna per degustare alcune delle pregiate etichette custodite nella wine cellar dell'hotel, tra le più fornite delle Maldive o ancora una crociera al tramonto mentre il sole tinge il cielo di arancio, rosso o viola o di notte per lo Stargazing, alla ricerca delle costellazioni. Da non perdere anche l'escursione al sandbank, lingua di sabbia bianca in mezzo all'oceano, dove in pochissimo tempo vengono allestiti sontuosi picnic o aperitivi a base di champagne.

Chi decide di trascorrere il viaggio di nozze o l'anniversario di matrimonio ad Halaveli riceve un credito di 100 dollari a villa a notte da utilizzare alla U Spa o in servizi di food & beverage. All'arrivo in camera i neo-sposi trovano una bottiglia

al Constance Halaveli

di bollicine da assaporare insieme a una selezione di cioccolatini gourmet.

Una curiosità? Anche se non ha valore legale in Italia, sono sempre di più le coppie che scelgono di organizzare una scenografica cerimonia a pieni nudi sulla spiaggia. Per soddisfare questo desiderio Constance Hotels & Resorts ha ideato una serie di pacchetti wedding per chi vuole sposarsi in riva al mare e chi decide di rinnovare i voti, come hanno fatto Benedetta Parodi e Fabio Caressa proprio ad Halaveli a gennaio.

Le formule Light, Delight e Infinity consentono di organizzare la cerimonia dei propri sogni. Dal wedding planner al set up sulla spiaggia con archi di fiori, dallo champagne al bouquet, fino alla torta nuziale, ci sono tantissime opzioni. Molto suggestiva e ricca di significato è la Cocunut Tree Planting Ceremony durante la quale gli sposi piantano ad Halaveli una palma da cocco a cui viene dato il loro nome con data delle nozze. Il simbolo di un amore che cresce e matura da ritrovare in un futuro viaggio magari in occasione di un anniversario. E vissero per sempre... felici e contenti!

cod 61020

Constance Halaveli
Halaveli Island - Maldive
Tel +960 6667000
www.constancehotels.com





MILANO EAT&DRINK

PANINO GIUSTO DECOLLA AL PRIMO PIANO

di *Gabriele Ancona*

Capocollo, insalatina di campo e agrumi canditi, cipolla di Tropea marinata in aceto di lamponi e stracciatella in pane speciale di grano tenero Verna, antica varietà coltivata nella Sila catanzarese. Questi gli ingredienti dell'universo gastronomico rappresentato dal Panino Petèlia, il primo concepito dalla giovane cuoca calabrese Caterina Ceraudo che guida a Strongoli (Kr) la cucina del ristorante di famiglia Dattilo. La scelta e l'abbinamento delle materie prime dona al palato un'intensa sensazione di morbidezza conferita dalla stracciatella e che contrasta la sapidità del capocollo, mentre le note di freschezza dell'insalatina e degli agrumi canditi vengono esaltate dall'aceto di lamponi. Con questa ricetta Caterina Ceraudo affianca Claudio Sadler nel firmare la carta "Maestri" di Panino Giusto nel locale "First Floor" inaugurato in aprile. "Panino Giusto First Floor - Cordusio" si affaccia grazie ad ampie finestre-vetrine sui palazzi storici del centro di Milano.

Oltre che dal menu, qui ogni esperienza è suggerita dal tipo di sedute: poltroncine più basse e accoglienti per pause prolungate, le classiche sedie Panino Giusto, confortevoli e snelle, per una pausa media, sedie e tavoli alti per le soste più veloci. cod 60401

Panino Giusto First Floor - Cordusio
via Gabrio Casati 1 - 20123 Milano
Tel 02 25544430
www.paninogiusto.it

PALERMO EAT&DRINK



VERDECHIARO, CUCINA SALUTISTICA DA GUSTARE ANCHE A CASA

di *Gianni Paternò*

Totalmente bio, essenzialmente vegetariana con ispirazioni vegane, non disdegnando un po' di carne e un po' di pesce, con una grande attenzione salutistica e un occhio ai celiaci e alla freschezza. Questa è la cucina naturale di **Nello Occhipinti**, un cinquantenne che nella vita faceva tutt'altro, ma quando è stato costretto a cambiare lavoro si è fatto guidare dalla passione. Così nel 2014 nasce Verdechiaro, con Nello - autodidatta - ai fornelli, la moglie **Daniela** in sala e la figlia Alice che, rubando il tempo all'università, fa da jolly.

Verdechiaro non è solo un ristorante con piatti espressi, ma anche con tanta gastronomia giornaliera da asporto o da gustare al tavolo. Si comincia dalle colazioni, ma non prima delle 10, con estratti di frutta e verdure e tante buonissime torte vegane preparate da Federica Buscetta. Per apprezzare la cucina naturale e i piatti fantasiosi che Nello si diverte ad inventare, si può scegliere dalla vetrina gastronomica e dal menu dei piatti espressi, dai risi semigrezzo Thai e basmati integrale (presenti in molte preparazioni), alla soia lavorata con maestria; poca carne, solo di vacca Cinisara allevata al pascolo presidio Slow Food, e qualche pesce azzurro, quello povero, partendo dalle ricette storiche siciliane aggiungendo aromi e spezie. La carta dei vini è in via di arricchimento, sempre e solo vitigni autoctoni, e tante le birre artigianali. Il locale è modernamente carino con parecchi tavoli da fruire all'esterno nella bella stagione. cod 61296

Verdechiaro
piazza Leoni, 5 - 90143 Palermo
Tel 091 2525291 - f.occhipinti4@gmail.com

LA VALIANA, CHICCA GOURMET SULLE COLLINE TRA TOSCANA E UMBRIA



AGRIGUSTA



di Alessandro Maurilli

La Valiana di Cecilia Della Giovampaola è un'elegante dimora con la facciata dai colori giallo e terracotta. Ad incorniciare la vallata i tetti rossi di Cortona, la mole di Montepulciano e il profilo lontano del monte Amiata. La piscina si affaccia sui vigneti del Vino Nobile di Montepulciano dell'azienda. In cucina Cecilia e Alma accolgono i turisti con il grande sapere della tradizione gastronomica toscana.

Qui si potranno realizzare corsi di cucina locale o cene gourmet a base delle ricette della tradizione. Per i più romantici la possibilità di una cena in vigna, circondati dai filari e sfamati da carni di Chianina e Cinta cotti sul momento sul barbecue di famiglia. Prima di ripartire occorre ricordarsi di acquistare l'olio extravergine dell'azienda. cod 61288

La Valiana
via della Stella 25 - 53045
Montepulciano (Si) - Tel 0578 767308
www.lavaliana.it

QUALITÀ CON VISTA A LA TONNARELLA RISTORAZIONE D'HOTEL DI ALTO LIVELLO



NAPOLI EAT&DRINK



di Vincenzo D'Antonio

Che i fasti della ristorazione d'albergo siano tornati attuali dopo un melanconico e non breve momento di declino è fatto ben noto alla clientela gourmet. Ed il ristorante Radici del Sud, annesso all'albergo La Tonnarella di Sorrento (Na) ne è precisa quanto gioiosa testimonianza.

La luminosa sala del bel ristorante ha vetrata che consente la vista di panorama spettacolare tra i più belli della Penisola Sorrentina: il Vesuvio birichino dirimpettaio, Napoli in lontananza, la vista spazia su tutto il Golfo. E di sera le lampare delle barche dei pescatori donano quel luccichio sul mare che tanto affascina e tanto emoziona!

In cucina a condurre affiatata brigata il giovane chef sorrentino Bruno Astarita. Gagliarda e delicata la sua mano per una cucina che trae dagli agrumeti, dagli orti e dal pescoso mare della Penisola Sorrentina i punti salienti per piatti gustosi ed apprezzati. Una sontuosa Parmigiana di melanzane, qui vezzosamente denominata 2.0 funge da antepasto (in un light lunch per turisti da spiaggia potrebbe benissimo essere piatto unico salutare e saporito).

Ottimo il primo prescelto: Ravioli con ricotta e provola affumicata in salsa di zucchine. Il pesce, rigorosamente freschissimo e pescato proprio lì davanti nelle acque del Golfo, non è descritto in menu, e come potrebbe?! Ben lavorata in cucina, con mano leggera, giunge in tavola un'orata ben guarnita con salsa di agrumi. Meditati assaggi di due dessert: la Delizia al Limone di Sorrento Igp ed il Semifreddo al torroncino con salsa al cioccolato. Nei calici un grande bianco (non campano) ancora poco conosciuto: il Pecorino. Inappuntabile il servizio di sala: professionalità e cortesia. Conto di encomiabile onestà. cod 61018

Radici del Sud - La Tonnarella
via Capo 31 - 80067 Sorrento (Na)
Tel 081 8781016
www.latonnarella.com



BOUTIQUE&DESIGN HOTEL IMPERIALART RELAX NEL CUORE DI MERANO



di Lucia Siliprandi

Il Boutique&Design Hotel ImperialArt è situato nel centro di Merano, nota località termale dell'Alto Adige. Le stanze dell'albergo, realizzate sopra al Caffè Imperial, esprimono lo spirito creativo dei tre artisti meranesi che le hanno ideate e rappresentano la fusione tra l'arte dell'accoglienza e l'arte contemporanea.

Nella penthouse Thermae si ritrova l'ambiente delle vecchie terme di Merano e del suo elemento primario: l'acqua. Poltrone anni '60 dai colori pastello alternati a tonalità vivaci e, su una parete, la carta da parati che riproduce un lampadario in vetro di Murano un tempo appeso nella sala conferenze delle terme.

Dall'ampia vetrata si gode un'incantevole vista sulle montagne e si accede alla terrazza privata con vasca Jacuzzi. Nella camera Mediterranea è proiettata l'immagine di una spiaggia come simbolo di tranquillità, mentre nella Galaxy si apre un cielo stellato blu notte che guida l'ospite dal microcosmo della stanza all'infinito dell'universo.

Ingresso Vip per gli ospiti dell'hotel alle Terme di Merano dove nella MySpa le coccole non finiscono mai. Il massaggio detox amalgama i benefici del sale basico, rigenerante e alcalinizzante, ai vantaggi prodotti dall'utilizzo delle coppette in silicone - più modulabili rispetto a quelle tradizionali - come l'eliminazione dei liquidi e l'ossigenazione dei tessuti. Si raggiunge una piacevole sensazione di leggerezza con il softpack alla stella alpina altoatesina che nutre, idrata ed elasticizza la pelle. Rimuove le impurità e stimola la rigenerazione dell'epitelio, il peeling Sabbia di marmo altoatesino dove la fine sabbia di marmo della Val Venosta purifica e leviga la pelle. Indicata anche per le pelli più sensibili, la nuova linea cosmetica firmata Terme Merano mescola sapientemente l'acqua termale ai prodotti del territorio. Per una cute stressata consigliato il Vitamin Serum, siero all'olivello spinoso dall'alto contenuto di vitamine e di oligoelementi, che dona morbidezza e nuova energia alla pelle. cod 61295

Boutique & Design Hotel ImperialArt
via della Libertà, 110 - 39012 Merano
Tel 0473 237172
www.imperialart.it

BOSCOLO LYON RISTRUTTURAZIONE A 5 STELLE





di Leonardo Felician

In ottima posizione sul lungo Rodano con 133 camere su sei piani, il Boscolo Lyon è la novità del 2019 nella città francese capoluogo della vasta regione Auvergne-Rhone-Alpes. Il palazzo costruito alla fine del XIX secolo già dal 1897 fu uno dei primi hotel a Lione: nella sua lunga storia ha ospitato innumerevoli celebrità.

Le camere sono tutte arredate con lusso e raffinatezza e dispongono di balconcini con ringhiere in antico ferro battuto. Gli spazi sono sofisticati e luminosi: garantiscono privacy e grande comodità perché uscendo a piedi si raggiungono in pochi minuti negozi, uffici, musei e tutte le destinazioni turistiche di cui è ricco il centro di Lione sia sulla penisola che si estende fino alla confluenza della Saona nel Rodano, sia nella città vecchia intorno alla cattedrale di Saint-Jean e ai piedi della collina della Fourvière. cod 61294

Boscolo Lyon
11 Quai Jules Courmont - 69002
Lione (Francia) - Tel +33 487 257200
www.boscolocollection.com

SOCCIA A RICCIONE BOTTEGA D'ALTRI TEMPI





di Giuseppe De Biasi

È un personaggio quasi felliniano **Riccardo Parisio**, puntuto nelle sue parole quanto determinato nelle scelte attuate nel suo gettonato Bevabbè. Dopo essere stato oltre 5 anni fa un pioniere del cocktail-bistrò nella modaiola Riccione, l'estroso quanto burbero "oste" bolognese si è lanciato in una nuova sfida enogastronomica. Il nome non lascia dubbi, Soccia, espressione tipica felsinea, variamente declinabile e traducibile con "caspita", usata per esprimere stupore e apprezzamento. Proprio quello che intende suscitare Riccardo con la sua piccola bottega, pensata come un format esportabile, dove poter degustare (e portare a casa) selezionate bottiglie di vino, salumi, formaggi, conserve, pasta.

Dai vini "Triple A" (artisti, agricoltori, artigiani) distribuiti da Velier ai prosciutti di Parma dei Fratelli Boschi, il 24 mesi, o il 30 mesi di Devodier e Sant'Ilario. O, ancora, il mitico Cotto '60 di Branchi e la Mortadella "La Favola" di Palmieri. Nella selezione non poteva mancare il re dei formaggi emiliani, il Parmigiano Reggiano, rappresentato nella bottega dall'Hombre Bio 24 mesi della famiglia Panini, uno dei prodotti che può fregiarsi di essere stato accolto nell'esclusiva cucina dell'Osteria Francescana di Massimo Bottura. Fuori regione un cenno va senz'altro alla ventresca di tonno e alla bottarga dei Fratelli Pinna di Thiesi e all'Evo Bio, di cultivar taggiasca, della Sommariva di Albenga. cod 61291

Soccia
viale Filippo Corridoni 28 - 47838
Riccione (Rn) - Tel 0541 1416970
soccia.riccione@gmail.com

ROMA EAT&DRINK



NELLO STORICO HOTEL VILÒN COCKTAIL E PIATTI DA "ADELAIDE"

Solo una piccola targa sulla porta di Palazzo Borghese, con aristocratica riservatezza, indica il lounge bar "In Salotto" e il ristorante "Adelaide", all'interno dell'Hotel Vilòn. È un albergo charmant 5 stelle lusso, membro della Small Luxury Hotel of the World, 18 camere e suites con preziosi arredi. Tra velluti e opere d'arte della storica dimora dei principi romani, una vasta sala ospita il bar dove la protagonista è Magdalena Rodríguez, interprete di una mixologist fortemente creativa con suggestioni latinoamericane a base di Rhum, Tequila e Mezcal.



di Mariella Morosi

Accanto alla sala bar, senza soluzione di continuità, c'è il ristorante "Adelaide", con il giovane chef originario di Procida **Gabriele Muro** con la sua brigata di cucina e di sala. Ha dato il nome al locale Adelaide de la Roche Foucauld, moglie del Principe Scipione Borghese che in questa ala del palazzo istituì nel 1841 una scuola per ragazze indigenti.

Lo chef, 35 anni, già con molte esperienze all'estero e in Italia, con Pietro Leeman al Joia e da Achilli al Parlamento, ha portato qui la sua idea di cucina, con riferimenti campani e della sua isola, come i ricci di mare e il pescato. Ma in menu ci sono anche le sue Tentazioni Romane, con la Carbonara, l'Amatriciana e la Cacio e Pepe. A curare la carta dei dolci è il pastry chef Andrea De Benedetto. Tra le sue creazioni più apprezzate il Non Sbirciare, un biscotto al cioccolato con pere speziate, semifreddo al gianduia, meringa al moscovado e nocciole. Il menu degustazione, con 5 portate, costa 75 euro. Vale la pena, da "Adelaide", per cominciare al meglio una giornata, concedersi anche un breakfast con vari piatti a buffet e alla carta. cod 61292

Adelaide
via dell'Arancio 69 - 00186 Roma
Tel 06 878187 - www.hotelvilon.com



Moofushi
Emozioni #nofilter e fondali mozzafiato

L'atollo di Ari Sud, alle Maldive, custodisce Moofushi, una piccola isola amata dai sub di tutto il mondo per la bellezza dei suoi fondali e la ricchezza della barriera corallina. Constance Moofushi è un mix di lusso e semplicità che rimane impresso nella mente e nel cuore di tutti gli ospiti. Appena arrivati a Moofushi si abbandonano le scarpe e si trascorre una vacanza a piedi nudi, liberi da ogni costrizione, coccolati da uno staff pronto a soddisfare ogni desiderio.

Il motto di Moofushi è infatti "No news, no shoes". Tutto a Moofushi è all inclusive, anzi "Crystal All Inclusive": una formula esclusiva che garantisce un soggiorno di lusso con prodotti e servizi di qualità superiore, senza doversi preoccupare di nulla una volta arrivati sull'isola.

Moofushi, la cui forma vista dall'alto ricorda il profilo di una manta, è garanzia di incontri entusiasmanti nel paradiso sottomarino dell'atollo di Ari Sud: da razze a pesci leone, da dentici a pesci pagliaccio, fino alle simpatiche tartarughe. Le acque che circondano il Constance Moofushi sono inoltre sulla rotta di migrazione di mante, squali balena, delfini e diavoli di mare. I subacquei esperti possono scegliere tra più di 30 punti di immersione ad appena mezz'ora di distanza dal resort.

Il centro diving Blue Tribe, tra i più premiati delle Maldive, organizza corsi di certificazione Padi e originali escursioni in barca per vivere e ammirare il mare da diverse prospettive. Nel 2018 Moofushi è stato eletto Indian Ocean Leading Dive Resort ai prestigiosi premi internazionali World Travel Awards. Il resort da sempre è in prima linea nella salvaguardia della natura distinguendosi in tema di ecosostenibilità.

Non solo avventure sottomarine, ma anche relax con i trattamenti tutti naturali proposti alla U Spa, location scenografica overwater dove lasciarsi inebriare dall'aroma di cocco, vaniglia e ylang ylang. A Moofushi il benessere passa

anche dalla cucina, è stato infatti creato un menu "healty food" con piatti gustosi e salutari, ideati in collaborazione con la famosa nutrizionista Rosanna Davison.

A colazione gli ospiti possono scegliere succhi di frutta freschi creati con diverse combinazioni di frutta e verdura, mentre durante la giornata è possibile rinfrescarsi con deliziosi mocktail (cocktail analcolici) come il Deep Cleening, il Cucumber Refreshner e il Manta Green. Novità 2019 il Wellness Wednesday: ogni mercoledì gli ospiti possono sperimentare un programma speciale completamente votato al benessere, con diverse attività, come lo yoga in riva in mare o nel giardino zen per iniziare la giornata con il saluto al sole.

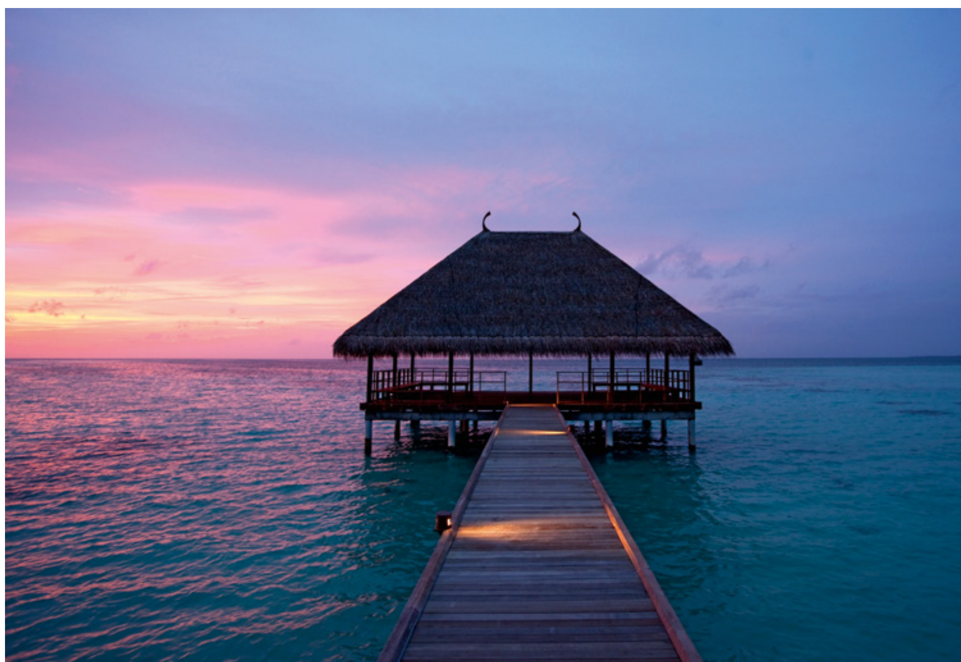
E la sera al tramonto dopo una degustazione di vini in laguna ci si può concedere una gustosa cena all'Alizée, il ristorante à la carte situato in riva mare che propone una vasta selezione di portate di mare in un'atmosfera rilassata. Per chi cerca un'esperienza fuori dall'ordinario c'è il Cinefushi, un vero e proprio cinema sotto le stelle allestito sulla spiaggia per le occasioni speciali. Un set spettacolare con ampi e soffici cuscini dove rilassarsi, sorseggiare un flûte di champagne mentre si guarda un film o un video sulle Maldive. I più avventurosi possono invece scegliere di cimentarsi nella tradizionale pesca notturna, salpando su un dhoni alla ricerca dei migliori siti per pescare il meglio che la barriera ha da offrire.

A Moofushi regna la magia creata dalla natura più pura, si ha la sensazione di trovarsi nel luogo più bello del mondo, dove l'armonia con l'Oceano è totale e dove ogni istante è prezioso, impossibile da dimenticare cod 61026

Constance Moofushi
Moofushi Island - Maldive
Tel +960 6681010
www.constancehotels.com







TORINO EAT&DRINK





"KOI", NON IL SOLITO GIAPPONESE. I CONIUGI HU PUNTANO SUL FUSION

di *Piera Genta*

"Koi", dal duplice significato di carpa e amore, è il ristorante che i coniugi cinesi Leo e Valentina Hu, hanno aperto nel centro di Torino in zona piazza San Carlo. Non aspettatevi il solito e scontato "all you can eat" a prezzi irrisori, ma una cucina giapponese, fusion, con qualche richiamo ad altre cucine orientali, con grande attenzione alle materie prime. 120 coperti suddivisi in due sale dall'arredo minimalista ed essenziale.
Fusion anche la brigata di cucina composta da cinesi, filippini, italiani ed egiziani guidata dallo chef Jacopo Zhang che ha trascorso molti anni a Sapporo ad imparare i segreti della cucina nipponica. Oltre al sorriso ed alla gentilezza del personale, anche piccole attenzioni per gli ospiti, un bicchiere di bollicine per benvenuto ed una versione dell'oshibori, salvietta umida calda con cui detergere le mani.
Pesce freschissimo, pietanze servite in modo artistico su porcellane di grande eleganza accompagnati da una spiegazione accurata. Alla sera si cena alla carta oppure scegliendo uno dei due menu degustazione (40 e 60 euro). A pranzo sono previste varie formule da 10 a 16 euro con la possibilità dell'asporto. La pasticceria viene curata da Valentina e attinge alla tradizione italiana. Buona la carta dei vini ed interessante quella del sakè con i consigli su come sceglierlo per gustarlo al meglio, con l'invito da parte di Leo di utilizzarlo per accompagnare l'intero pasto e non solo a fine pasto. cod 61293

Koi Japanese Fusion Restaurant
via Secondo Frola 4 - 10121 Torino
Tel 011 543957
www.ristorantekoi.it



ASSAJE, DI GRAVIO NUOVO RESIDENT CREATIVITÀ, TECNICA E RIGORE

Assaje, il ristorante dell'Aldrovandi Villa Borghese (stella Michelin dal 2016), vedrà in cucina Lorenzo Di Gravio, investito del ruolo di resident chef. Di Gravio prende il posto dell'uscente Claudio Mengoni. Classe 1987, romano d'origine, già sous chef dell'Assaje da oltre un anno, il neo resident dichiara: «Sono entusiasta di questa opportunità e, insieme al mio team, mi riprometto di continuare a migliorare il lavoro avviato in questi anni, con l'auspicio che il Ristorante Assaje diventi sempre di più un indirizzo irrinunciabile per gli appassionati».
Dopo aver maturato 4 anni nell'Esercito - prima come Fuciliere a Bracciano e poi tra i Paracadutisti di Livorno - Lorenzo Di Gravio si avvicina alla ristorazione, scoprendo una grande predisposizione. «Il mondo della cucina mi ha sempre appassionato, grazie anche agli esperimenti di pasticceria che facevo in famiglia quando ero piccolo, con la nonna e la mamma».
Inizia così la sua carriera, che lo vede crescere maturando esperienza in importanti ristoranti tra Roma, Capri, Milano, Zermatt e Dubrovnik. Lavora per "I sofà di Via Giulia" dell'Hotel St George di Roma, il "Giuda Ballerino" (1 Stella Michelin) di Roma, "Il Riccio" (1 stella Michelin) di Capri, il ristorante dell'Hotel Monte Rosa Seiler Hotels di Zermatt, "Larte" di Milano, il ristorante di Villa Dubrovnik, per poi approdare all'Assaje (1 stella Michelin) dell'Aldrovandi Villa Borghese, dove ricopre ora il ruolo di Resident Chef. L'idea di cucina del giovane talento è stata modellata dal suo "maestro", lo chef Andrea Migliaccio (2 stelle Michelin), con cui ha collaborato per diversi anni anche insieme allo chef Claudio Mengoni.
Creatività, tecnica e rigore - frutto dell'esperienza atipica dello chef - si incontrano in una cucina innovativa di ispirazione tradizionale, con proposte culinarie caratterizzate dall'utilizzo di materie prime dell'eccellenza mediterranea. cod 60885

Assaje Restaurant
via Ulisse Aldrovandi 15 - 00197 Roma
Tel 06 3223933 - www.aldrovandi.com

A Senigallia pesce fresco in abbondanza ogni mattina



di Claudio Riolo

La pesca in Adriatico è importante e rifornisce anche il mercato nazionale con pesce pregiato. Acciughe, cefali gallinelle, sarde, sgombri, suri, triglie, cozze, moscardini, polpi, seppie, vongole, pannocchie cui si aggiungono lumachine e garagoli; sono le cosiddette specie massive cioè pesci, crostacei, molluschi catturati in abbondanza. Ogni porto ha le sue barche, Ancona, Fano, Pesaro, Civitanova Marche, San Benedetto del Tronto tutti modernamente organizzati. A Senigallia (An) le tradizioni marinare sono ancora ben vive e decine di barche praticano tutte le forme di pesca costiera. Il pesce spesso è venduto freschissimo in banchina. Per la gioia di ristoranti e trattorie.



Cucina allegra e sinfonia di sapori nello scenario del Mare in Terrazza

● Il ristorante Il Mare in Terrazza di Senigallia ha felice posizione sul lungomare e sull'ampia piazza con fontana; soprattutto abbraccia la romantica Rotonda a mare. Al piano del rinnovato Albergo Terrazza Marconi, ha formidabile vista sulla spiaggia. L'atmosfera ospitale di una classica casa borghese italiana. Gli ospiti e gli esterni trovano anche un'opportunità sulla battigia: il padiglione People con bevande e cibi per i bagnanti. Entrambe le gestioni sono affidate alla famiglia Micci, la prima dal 2016, il ristorante dal 2019. Così troviamo i genitori Anna e Doriano, le figlie Anna Lisa e Anna Claudia. In cucina i cuochi sono tre per una cucina di pesce basata sulla genuinità del pescato locale e sulla fantasia delle presentazioni nel piatto.

Segnalo alcuni piatti. Antipasti: Mini burger di tonno e chips di patate; Triglie croccanti con granelle di mandorle su letto di spinaci; Sfere di mare con scarola saltata e salsa senape, mazzancolle in pasta kataifi. Crudità: carpaccio di ombrina, tartare di tonno, ostriche della Bretagna, scampi e mazzancolle. Le pietanze: Grigliata non grigliata; Tagliata di tonno laccata al miele, pistacchi e spinaci in padella; Cornucopia di gamberi e calamari croccanti; Arrosto di polipo con puré, spinaci e pomodorini confit. Ampia e curata carta dei vini con predilezione per i marchigiani. cod 61246

Il Mare in Terrazza
Piazza della Libertà 1 - 60019 Senigallia (An)
Tel 071 7928623 - www.ilmareinterrazza.it

Da chiosco a ritrovo gourmet Da Ciccio si trasforma

● Il ristorante Da Ciccio a Senigallia è quasi in riva al mare, proprio sulla cosiddetta spiaggia di velluto, dove l'arenile ritrova il suo fascino, senza cabine e a ridosso delle dune. Nel 1968 c'era un piccolo chiosco sulla spiaggia e babbo Enzo insieme a suo fratello Peppe lo trasformò prima in un baretto dove vendeva bibite e preparava panini con le spuntature ai turisti, poi in un ristorantino dove cucinava il pesce che pescava con le sue due piccole barchette. In cucina zia Romana e mamma Maria Nice che trasformò il figlio Claudio Giacomelli in cuoco ben preparato e ospitale. Claudio, che subentrò nel 1988, ha le idee ben chiare e il locale, aperto tutto il giorno, si nota per il candore delle pareti e l'ampia sala vetrata.

Il menu cambia secondo stagione e opportunità di mercato; il pesce è sempre fresco e si cucina in tre modi: fritto, alla griglia, al forno. Squisiti gli antipasti di mare, di campagna e marinari quelli caldi come cozze alla tarantina, vongole in sautè, raguse. Poi risotti, ciavattoni, gnocchetti, pennette, tortellini con vari e gustosi condimenti. Anche tagliata, bistecca e piatti per bambini. I vini sono una cinquantina, i migliori marchigiani, bollicine e una buona rappresentanza dalle regioni vitivinicole più importanti cui si accostano due doc, Bianchello del Metauro e Verdicchio di Matelica. cod 61250



Da Ciccio
Lungomare Leonardo da Vinci 8B - 60019 Senigallia (An)
Tel 071 7922214 - www.daciccio.com

Le 5 migliori app per wine lover

"Il vino è un composto di umore e luce" (Galileo Galilei). Queste parole così cariche di significato sono un mantra per coloro che condividono la stessa passione del dio Bacco. Stiamo parlando dei wine lover, i veri e propri amanti del vino alla perenne ricerca di profumi e sapori sempre nuovi. Oggi, grazie alla nascita di app dedicate al mondo enologico, bastano pochi clic per ricevere ogni genere d'informazione riguardante la propria bottiglia: caratteristiche, storia, produzione e i negozi dove poterla provare e acquistare.



Nel grande oceano degli app store per smartphone, quali sono le applicazioni migliori per coltivare in modo semplice e in tempo reale il proprio amore per il vino? Ecco a voi la nostra classifica delle 5 wine app da scaricare assolutamente!

Vivino

Considerata la migliore app per la scannerizzazione e il riconoscimento di marchi di vino, Vivino con i suoi 27 milioni di iscritti è il motore di ricerca perfetto per ricevere in pochi secondi qualunque notizia collegata alla propria bottiglia. Basta inquadrare l'etichetta ed il gioco è fatto. Inoltre, grazie ad uno speciale e-commerce, è possibile acquistare direttamente sull'app.

Wine-Searcher

Con quasi 9 milioni di iscritti in tutto il mondo e un'interessante enciclopedia che tratta di regioni e di produzioni dei vini, Wine-Searcher consente di accedere ad una moltitudine di informazioni e indirizza immediatamente l'utente sugli e-commerce che mettono a disposizione la bottiglia che sta cercando.

Bibenda 2019

Al terzo posto di questa classifica troviamo la versione mobile della guida ufficiale della Federazione italiana sommelier (Fis). Disponibile solo a pagamento, l'app offre notizie per più di 2mila etichette, oltre a proporre una mappa interattiva in grado di indicare ristoranti e negozi che contano fra i loro prodotti la bottiglia desiderata. Interessante sottolineare che le stesse funzioni sono disponibili anche per le categorie olio e grappa.

Cellar Tracker

L'aggregatore di recensioni sul vino per eccellenza. Grazie al suo archivio di oltre 5 milioni di valutazioni e schede prodotto, l'app permette attraverso lo scanner dell'etichetta di accedere a numerosi dati relativi alla bottiglia selezionata. Unica pecca, l'applicazione è disponibile solo in lingua inglese.

HelloVino

Ultimo, ma non per importanza, troviamo HelloVino: la soluzione formato smartphone studiata per tutti gli appassionati di food pairing. Anch'essa disponibile solo in lingua inglese, quest'app è perfetta per trovare gli abbinamenti di cibo ideali per il vostro vino. Inoltre, scannerizzando l'etichetta è possibile sia ricevere informazioni che acquistare la bottiglia direttamente sull'app store. cod 61017

Per informazioni:
www.jacleroi.com

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto srl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteo.scibilia@italiaatavola.net
Roberto Vitali (*editorialista*) · roberto.vitali15@alice.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · piera.genta@italiaatavola.net
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Sergio Cotti (*redattore*) · sergio.cotti@italiaatavola.net
Marco Di Giovanni (*redattore*) · marco.digiovanni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria*) · redazione@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*social media manager*) · alessandro.venturini1992@gmail.com

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · Brian Vavassori · brian.vavassori@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona
Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta · Piera Genta · piera.genta@italiaatavola.net · 335 6438533
Lombardia orientale · Renato Andreolassi · renato.andreolassi@alice.it · 336 722309
Pavia-Piacenza · Stefano Calvi · s.calvi@ilquattro.it · 335 5615736
Veneto · Giulia Marruccelli · gmarruccelli@yahoo.it · 347 0452739
Belluno-Bolzano-Trento · Lina Pison · linapison@gmail.com · 346 6658851
Friuli Venezia Giulia · Liliana Savioli · lilli_sa@hotmail.com · 338 3128383
Emilia Romagna · Roberto Zoli · zoliroberto@gmail.com · 335 6314125
· Giuseppe De Biasi · dbpino60@gmail.com · 327 6216805
Toscana e Umbria · Alessandro Maurilli · a.maurilli@almapress.net · 320 7668222
· Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it · 347 7724077
Lazio · Mariella Morosi · mariellamorosi@hotmail.com · 335 1250106
Marche · Benedetta Gandini · b.gandini22@gmail.com · 339 1889648
· Carla Latini · carla@carlalatini.com · 393 5727633
Abruzzo · Monica Di Pillo · monica.dipillo@yahoo.com · 329 3022142
Campania e Molise · Vincenzo D'Antonio · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net · 329 9092374
Puglia · Sandro Romano · sralessandroromano@gmail.com · 339 6314601
Calabria · Tommaso Caporale · dodicialitro@gmail.com · 393 6287001
Sicilia · Gianni Paternò · giopate@libero.it · 334 7691599
· Piero Rotolo · pierotolo@tin.it · 338 5424458
Svizzera (Canton Ticino) · Rocco Lettieri · simpatico.melograno@tin.it · 368 925312

Giugno 2019 · anno XXXIII · n. 270 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale, cultura enogastronomica e turismo per l'Horeca. Si rivolge ad alberghi, ristoranti, trattorie, pizzerie, bar, cuochi, pasticceri, maitre, assaggiatori, barman, sommelier, enti, aziende e associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Nadia Afragola, Giovanni Angelucci, Valeria Annunziata, Valerio Beltrami, Fausto Borella, Tiziana Colombo, Enrico Derflingher, Leonardo Felician, Mariapia Gandossi, Massimo Artorige Giubilesi, Ezio Indiani, Juri Piceni, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Enrico Rota, Toni Sàrcina, Sabrina Severi, Lucia Siliprandi, Eros Teboni

Foto gettyimages® 2019 - Italia a Tavola

- Il quotidiano www.italiaatavola.net
- Le newsletter settimanali
- La rivista mensile
- La web tv
- Una community con oltre 200.000 utenti
- La App Italia a Tavola

SEGUICI SU:







ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

Partner di:



Stampa: Graphicscalve SpA
via Dei Livelli di Sopra, 6/A - 24060 Costa di Mezzate (Bg)
Coordinamento editoriale e diffusione: Addressvitt
Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso in tipografia il 6 giugno 2019

Azienda associata







TUTTO QUELLO CHE SERVE PER IL TUO LAVORO...



È QUI!